Región de Murcia
Consejería de Salud

Dirección General de Planificación,
Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano

Memoria Final
11.02.2021

MEMORIA DE ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD SANITARIA EN LA REGIÓN DE MURCIA

La presente memoria se ha elaborado de acuerdo con lo establecido en el artículo 53.1 de la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, siguiendo la estructura establecida en la Guía Metodológica para la elaboración de la Memoria de Análisis de Impacto Normativo (en adelante, MAIN), aprobada por Acuerdo del Consejo de Gobierno de 6 de febrero de 2015, constando de los siguientes epígrafes:

1. Ficha resumen.
2. Oportunidad y motivación técnica.
3. Motivación y análisis jurídico.
4. Informe de cargas administrativas.
5. Informe de impacto presupuestario.
6. Informe de impacto económico.
7. Informe de impacto por razón de género.
8. Otros impactos.

I. FICHA RESUMEN

Órgano/s impulsor/es **Consejería proponente**	Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano. Consejería de Salud	**Fecha**	11/02/2021 ☐ Inicial ☐ Intermedia ■ Final
Título de la norma	Decreto por el que se regula la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.		
Tipo de Memoria	■ Ordinaria ☐ Abreviada		
OPORTUNIDAD Y MOTIVACIÓN TÉCNICA			
Situación que se regula	Establecer una regulación más moderna y actual del régimen jurídico y del procedimiento que en materia de publicidad sanitaria resulta aplicable en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, que sustituya a la regulación que hasta ahora venía establecida en el Decreto 41/2003, de 2 de mayo		
Finalidad del proyecto	- Actualizar el régimen jurídico aplicable en la materia con el fin de facilitar a los posibles interesados y a los ciudadanos en general, una mejor identificación de los requisitos, trámites y órganos que se sustancian en el procedimiento. -Conseguir una mayor agilidad y simplificación en la tramitación de las autorizaciones administrativas previas de publicidad sanitaria. -Adaptar el procedimiento a las obligaciones derivadas de la nueva normativa reguladora del procedimiento administrativo común.		
Novedades introducidas	Las novedades principales que se pretenden conseguir con la nueva regulación vienen dadas por eliminar trámites administrativos, reducir plazos y suprimir cargas administrativas para los interesados, incorporar el empleo de medios electrónicos en el procedimiento, actualizar la denominación de algunos órganos administrativos intervinientes y reordenar algunas cuestiones relativas al régimen jurídico aplicable en la materia.		

MOTIVACIÓN Y ANÁLISIS JURÍDICO	
Tipo de norma	Decreto del Consejo de Gobierno, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 32.1 del Estatuto de Autonomía; artículos 22.12 y 52.1 de la Ley 6/2004, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno y artículo 25.2 de la Ley 7/2004, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
Competencia de la CARM	Desarrollo legislativo y ejecución en materia de sanidad, higiene, ordenación farmacéutica y coordinación hospitalaria en general, incluida la de la Seguridad Social (artículo 11.1 del Estatuto de Autonomía), así como en materia de defensa del consumidor y usuario en el artículo 11.7, además de la competencia exclusiva en materia de publicidad sin perjuicio de las normas dictadas por el Estado para sectores y medios específicos, prevista con carácter general en el artículo 10.Uno.30 del Estatuto de Autonomía.
Estructura y Contenido de la Norma	El proyecto reglamentario consta de una parte expositiva, 16 artículos que vienen encuadrados en 4 capítulos, 3 disposiciones adicionales, 1 disposición transitoria, 1 disposición derogatoria y 1 disposición final. Su estructura viene detallada en el punto 10 del apartado 3 "Motivación y Análisis Jurídico" de esta Memoria.
Normas cuya vigencia resulte afectada.	El proyecto deroga el Decreto 41/2003, de 2 de mayo, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.

Trámite de audiencia	Se ha realizado el trámite de consulta pública previa preceptuado en el art.133.1 de la Ley 39/2015, siendo publicado en la página web de Participación Ciudadana de la CARM, para que los ciudadanos pudieran realizar aportaciones y sugerencias, estando publicado hasta el 24 de octubre 2017, no produciéndose observación alguna. Además, por afectar la norma a los derechos e intereses legítimos de los ciudadanos, se dio un primer trámite de audiencia, publicándose el texto en el Portal de Participación ciudadana de la CARM, en el portal sanitario "MurciaSalud" y un anuncio en el BORM. También se realizó una audiencia individualizada a entidades u organizaciones reconocidas por ley cuyos derechos o intereses legítimos se vieren afectados por la norma y cuyos fines guarden relación directa con su objeto, tales como Colegios Profesionales; Organizaciones que agrupen a anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión de publicidad u otro tipo de empresas que puedan desarrollar su ámbito en el sector sanitario, así como a las asociaciones de consumidores y usuarios a través de su representación en el Consejo Asesor Regional de Consumo, por lo que se envió el borrador a la Dirección General de Comercio, Consumo y Simplificación Administrativa, con competencias en materia de comercio y defensa del consumidor, dependiente de la Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente, la cual envió Certificado del Acuerdo adoptado por el Pleno de dicho Consejo, mediante Comunicación Interior de 11 de junio de 2018. Efectuaron alegaciones los Colegios Oficiales de Médicos, Odontólogos y Estomatólogos y Fisioterapeutas de la Región de Murcia; la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de la Región de Murcia (CROEM) y Asociación de Consumidores Thader-Consumo.

Informes recabados	Previamente a su aprobación por Consejo de Gobierno, deben recabarse el Informe preceptivo de los siguientes órganos: -Consejo de Salud de la Región de Murcia.(fue informado en su reunión de 24 de octubre de 2017) -Consejo Asesor Regional de Consumo. (fue informado en su sesión de 3 de mayo de 2018) -Servicio Jurídico de la Secretaría General de la Consejería de Salud -Vicesecretaría de la Consejería de Salud. - Dirección de los Servicios Jurídico de la CARM (fue informado el 19.11.2019) - Consejo Jurídico de la Región de Murcia (ha dictado un primer Acuerdo instando que se recabe trámite de audiencia respecto a medios de comunicación con carácter previo a la emisión de su Dictamen preceptivo). Ha emitido Dictamen final sobre la cuestión de fondo el 21-12-2020
INFORME DE CARGAS ADMINISTRATIVAS	
Supone una reducción de cargas administrativas.	■ Sí. Cuantificación estimada 158 euros
Incorpora nuevas cargas administrativas	■ No. En todo caso, la normativa aplicable introduce previsiones de tramitación más reducida y simplificada respecto a la tramitación presencial que se realizaba en la norma anterior: -Cuantificación estimada por tramitación presencial… 165 € -Cuantificación estimada por tramitación telemática… 7 €
No afecta a las cargas administrativas	☐
INFORME DE IMPACTO PRESUPUESTARIO	
Repercusión presupuestaria	☐ Si implica coste adicional ■ No implica coste adicional al crédito presupuestado: Ingreso ☐ Gasto ■
En recursos de personal	51.150 €

En recursos materiales	748 €
INFORME DE IMPACTO ECONÓMICO	
Efectos sobre la economía en general	Impacto prácticamente nulo
INFORME DE IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO	
Impacto	☐ Negativo ■ Nulo ☐ Positivo
OTROS IMPACTOS	
Impacto nulo sobre la diversidad de género. Impacto favorable en salud. Impacto nulo en igualdad de oportunidades y derechos de las personas con discapacidad. Impacto nulo sobre la infancia, adolescencia y familia.	

2. OPORTUNIDAD Y MOTIVACIÓN TÉCNICA.

1. ¿Cuál es el problema que se pretende resolver o la situación que se quiere mejorar?

El proyecto reglamentario quiere actualizar el régimen jurídico y el procedimiento de autorización administrativa previa al que está sometida la publicidad sanitaria en la Región de Murcia, regulada actualmente por el Decreto 41/2003, de 2 de mayo, y en concreto:

- Actualizar el régimen jurídico aplicable en la materia con el fin de facilitar a los posibles interesados y a los ciudadanos en general, una mejor identificación de los requisitos, trámites y órganos que se sustancian en el procedimiento.

-Conseguir una mayor agilidad y simplificación en la tramitación de las autorizaciones administrativas previas de publicidad sanitaria.

-Adaptar el procedimiento a las obligaciones derivadas de la nueva normativa reguladora del procedimiento administrativo común.

2° ¿Por qué es éste momento el adecuado para enfrentarse a este problema o situación?

La nueva Ley 39/2015 del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y la Ley 40/2015, de Régimen Jurídico del Sector Público, obligan a impulsar las revisiones normativas necesarias para adecuar las disposiciones y normas a los principios de buena regulación y a las modificaciones que en materia de procedimiento administrativo se contemplan en estas leyes.

Por lo que respecta a la primera norma, existen varios preceptos que determinan la necesidad de acometer esta revisión:

- El art. 130.1 establece la obligación que tienen las Administraciones Públicas de revisar periódicamente su normativa vigente para adaptarla a los principios de buena regulación.

- En su disposición final quinta se indica que “en el plazo de un año a partir de la entrada en vigor de la Ley, se deberán adecuar a la misma las normas reguladoras estatales, autonómicas y locales de los distintos procedimientos normativos que sean incompatibles con lo previsto en esta Ley.”

Respecto a la segunda, su artículo 3.1 establece los principios generales que las Administraciones Públicas deben respetar en su actuación y relaciones, entre los que se encuentran el de servicio efectivo a los ciudadanos (apartado a); racionalidad y agilidad de los procedimientos administrativos y de las actividades materiales de gestión (apartado d); eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados (apartado h); economía, suficiencia y adecuación estricta de los medios a los fines institucionales (apartado i).

En esta misma línea, también hay varias normas regionales que establecen principios y mandatos que obligan a revisar el ordenamiento autonómico, destacando las siguientes:

- Ley 2/2014, de 21 de marzo, de Proyectos Estratégicos, Simplificación Administrativa y Evaluación de los Servicios Públicos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (establece medidas sobre simplificación administrativa; presentación de documentos; estudio de cargas administrativas; catálogo de simplificación documental; implantación de medios electrónicos; declaraciones responsables y comunicaciones previas)

- Ley 12/2014, de 16 de diciembre, de Transparencia y Participación Ciudadana de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (en su disposición adicional segunda, sobre revisión y simplificación normativa,

dispone la necesidad de impulsar un proceso de revisión, simplificación y, en su caso, una consolidación normativa del ordenamiento jurídico regional)

-Orden de 27 de enero de 2015, de la Consejería de Economía y Hacienda, por la que se publica el catálogo de simplificación documental de la Administración Pública de la Región de Murcia (impide la presentación de determinados documentos que obren en las Administraciones Públicas)

-Ley 2/2017, de 13 de febrero, de medidas urgentes para la reactivación de la actividad empresarial y del empleo a través de la liberalización y de la supresión de cargas burocráticas (en su disposición adicional cuarta determina la preferencia del uso de medios electrónicos)

En definitiva, es necesario efectuar una nueva regulación actualizada del régimen jurídico de la publicidad sanitaria en la Región de Murcia que sustituya a la que está contemplada actualmente en el Decreto 41/2003, en aras de garantizar la seguridad jurídica de los ciudadanos y la calidad de los servicios públicos.

3. ¿Cuáles son las razones que justifican la aprobación de la norma?

En los últimos años, el legislador ha impulsado numerosas medidas de reforma y modernización de las Administraciones Públicas, al objeto de garantizar a los ciudadanos la aplicación de unos principios de agilidad, simplificación, reducción de cargas administrativas y transparencia, en las relaciones jurídicas que estos tengan que entablar con aquéllas.

Gran incidencia ha tenido en ello la promulgación de dos leyes básicas que afectan al conjunto de las Administraciones Públicas, como son, la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y la Ley 40/2015, de Régimen Jurídico del Sector Público, que han establecido, entre otros muchos aspectos, la necesaria observancia de los principios de buena regulación en la elaboración y tramitación normativa, así como la aplicación de unas normas procedimentales comunes que deben favorecer la agilidad, modernidad y simplificación administrativa.

En esta línea, ambos textos legales proclaman numerosas previsiones de cara a las futuras normas que se pretendan redactar, pero también inciden en el deber de revisar y actualizar las normas vigentes, a fin de adecuarse a los citados principios.

Por otra parte, también es preciso adaptar el procedimiento de autorización administrativa previa de publicidad sanitaria a las nuevas prescripciones que en materia de procedimiento administrativo común resultan ahora aplicables por la nueva Ley 39/2015.

Además, dado el tiempo transcurrido desde que entró en vigor el Decreto 41/2003, es oportuno actualizar las referencias a los órganos que intervienen en el procedimiento, a la nueva organización administrativa autonómica, para posibilitar a los ciudadanos, una mejor identificación de los trámites que se siguen.

También es preciso realizar algunas actualizaciones del régimen de la publicidad sanitaria a la normativa básica, especialmente, en materia del procedimiento sancionador.

En definitiva, con este proyecto reglamentario se pretende actualizar la regulación del procedimiento de autorización administrativa previa al que está sometida la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.

4. ¿Qué colectivos o personas quedan afectadas por la norma que se pretende aprobar? Identificación de los sectores afectados, ¿cuál es la opinión que han manifestado los sectores afectados?, ¿han planteado reivindicaciones?, ¿cuáles?, ¿se aproxima la regulación al sentir de los ciudadanos y puede ser compartida por éstos?

La disposición proyectada va dirigida, principalmente, a las personas físicas o jurídicas que estén interesadas en realizar publicidad sanitaria, pudiendo tener la condición de interesados, los anunciantes, agencias de publicidad y medios de publicidad que actúen en representación de aquéllos.

Por otra parte, conviene resaltar que también afecta a los Colegios Profesionales, en cuanto que participan en el procedimiento de autorización de la publicidad sanitaria, mediante la emisión de informes sobre el cumplimiento de los criterios a los que deben ajustarse la difusión de los mensajes publicitarios, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 y 8 del Decreto 41/2003.

5. ¿Cuál es el interés público afectado por el problema o situación?

El interés público afectado viene dado por mejorar la normativa autonómica reguladora de la publicidad sanitaria y, en particular, del procedimiento de autorización administrativa previa al que está sometida dicha publicidad, con el fin de proporcionar a los ciudadanos una mejor ordenación de esta materia y, en su caso, facilitarles los trámites para conseguir dicha autorización.

De este modo, se va a facilitar la realización de publicidad sanitaria de actividades, productos o servicios prestados por centros, servicios o establecimientos sanitarios de la Región de Murcia, lo que puede tener, finalmente, una incidencia positiva en la mejora y calidad de la salud de la población.

6. ¿Cuáles son los resultados y objetivos que se pretenden alcanzar con la aprobación de la normativa en cuestión?

Con la nueva norma reglamentaria se pretende actualizar la regulación jurídica existente en esta materia hasta el momento, representada por el Decreto 42/2003, y adaptar el procedimiento de autorización administrativa de publicidad sanitaria a las nuevas previsiones del procedimiento administrativo común, procurando conseguir con ello, una regulación más sencilla, ágil y eficaz para los interesados y para la Administración.

De forma indirecta, también se espera que se facilite e impulse la realización de actividades publicitarias de carácter sanitario, con el deseo de que repercute favorablemente en la salud de las personas, al poder contar con un mejor conocimiento de los productos y servicios que se prestan en el ámbito sanitario, y que, a su vez, se puedan utilizar y consumir de modo más seguro y consciente.

7. ¿Existen alternativas para la solución del problema que se pretende atajar con la norma o para afrontar la situación sobre la que se pretende incidir con la norma? ¿Cuáles son? ¿Cuáles son los motivos por los que se ha elegido la que se presenta en la norma?

En un momento inicial, la Consejería de Salud, a través de la D.G.de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, se tramitó un proyecto que tenía como finalidad modificar el Decreto 41/2003, de 2 de mayo, por el que se regulaba la publicidad sanitaria de la Región de Murcia.

Durante la tramitación del procedimiento de elaboración, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7.1.f) de la Ley 4/2004, de 22 de octubre, de Asistencia Jurídica de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, se recabó el Informe preceptivo de la Dirección de los Servicios Jurídicos (DSJ)

Con fecha 19.11.2019, emitió Informe en el que se sugiere que, puesto que el proyecto inicial tenía por objeto modificar prácticamente la totalidad de los artículos así como varias disposiciones adicionales del citado Decreto 41/2003, ello suponía el uso de una técnica normativa imperfecta para su incorporación al ordenamiento jurídico, pues podría acarrear tanto para los ciudadanos como para los aplicadores del derecho, dificultades en conocer cuál es la regulación aplicable, de este modo quedaría afectado el principio de seguridad jurídica, reconocido en el artículo 9.3 de la Constitución, como principio esencial del ordenamiento jurídico

Por ello, y así lo expone en la parte final de su Informe, se recomendó que debería remitirse a la aprobación del Consejo de Gobierno, una propuesta de aprobación de un Proyecto de Decreto que, incorporando las modificaciones pretendidas recogidas en el borrador tramitado, derogase el vigente Decreto 41/2003.

Tras el examen de las consideraciones efectuadas por la DSJ, tanto por la D.G.de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, como después de forma conjunta con la D.G.de Comercio, Consumo y Artesanía, como órgano directivo que tiene las competencias en materia de consumo y de defensa y protección del consumidor (y así lo manifestaron en un Informe y Propuesta realizada por las titulares de ambas Direcciones Generales) se consideró la oportunidad y necesidad de, efectivamente, redactar un Proyecto de Decreto que regulase la publicidad sanitaria desde un punto de vista sectorial de ámbito sanitario, con el fin de complementar la legislación básica estatal cuyas prescripciones está obligada a respetar, y de modo particular, lo preceptuado por el artículo 27 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que habilita a las Administraciones Públicas, en el ámbito de sus competencias, a realizar un control de la publicidad y propaganda comercial, para que se ajusten a criterios de

veracidad, en lo que a la salud se refiere, y para limitar e impedir lo que pueda constituir un perjuicio para la misma.

En el mismo sentido, el artículo 5.1 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, prescribe que la publicidad de materiales y productos sanitarios, así como otros productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización previa.

Por esta misma razón, al abordar la redacción de un nuevo texto se aprecia la conveniencia de eliminar de la nueva regulación, las referencias realizadas a la normativa general reguladora de la defensa de los consumidores y usuarios en el régimen sancionador que actualmente contiene el citado Decreto 41/2003, pues la publicidad en el ámbito sanitario viene ya predeterminada legalmente, como hemos señalado anteriormente, por su normativa especial, concretamente por la Ley 14/1986, y en consecuencia, el régimen de infracciones y sanciones al que debe someterse, es el contemplado en dicha Ley.

Lo anterior no impide tener en cuenta que la publicidad sanitaria, cuando la misma pueda constituir una infracción administrativa, podría ser también sancionada por la regulación que en materia de publicidad y defensa de consumidores y usuarios pueda resultar de aplicación, por lo que resultaría conveniente mantener en el nuevo proyecto, una remisión general a la aplicación de dicha normativa, para los casos en que resulte procedente.

En definitiva, se estimó tramitar un proyecto de Decreto que estableciera una nueva regulación de la publicidad sanitaria y no un proyecto que modificase la anterior regulación que se recogía en el Decreto del año 2003.

8° ¿Introduce la norma novedades técnicas en el ordenamiento jurídico? ¿Cuáles son?

Técnicamente, la norma impone el uso de las tecnologías en la tramitación del procedimiento, tanto para la Administración como para los interesados, por exigencias de lo preceptuado en la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común.

9º. ¿Es la propuesta normativa coherente con otras políticas públicas?

Sí, conviene recordar que en materia de publicidad sanitaria, la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia es una de las pocas CCAA que ha regulado esta materia, solamente existiendo normativa en las siguientes:

- País Vasco: Decreto 550/1991, de 15 de octubre.
- Navarra: Decreto Foral 203/1997, de 28 de julio.
- La Rioja: Decreto 41/2004, de 9 de julio.
- Aragón: Decreto 240/2005, de 22 de noviembre.

3. MOTIVACIÓN Y ANÁLISIS JURÍDICO.

1. ¿Qué competencia ejerce la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en virtud de la cual se pretende aprobar la disposición?

Conforme al Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, aprobado por Ley orgánica 4/1982, de 9 de junio, nuestra Comunidad Autónoma, en el marco de la legislación básica del Estado, tiene competencia de desarrollo legislativo y ejecución en materia de sanidad, higiene, ordenación farmacéutica y coordinación hospitalaria en general, incluida la de la Seguridad Social (artículo 11.1) y en materia de defensa del consumidor y usuario (art. 11.7), además de la competencia exclusiva en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas dictadas por el Estado para sectores y medios específicos, prevista con carácter general en el artículo 10.Uno.30 de dicho Estatuto.

2. ¿Por qué se ha elegido ese tipo de norma, justificación del rango formal de la norma? Justificación de la competencia del órgano que pretende aprobar la norma.

La aprobación de la norma proyectada, que tiene naturaleza reglamentaria, compete al Consejo de Gobierno, según lo dispuesto en el artículo 32.1 del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia y del artículo 22.12 y 52.1 de la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia.

Respecto al rango normativo, es el de Decreto del Consejo de Gobierno, en virtud de lo preceptuado en el artículo 25.2 de la Ley 7/2004, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

3. ¿Qué procedimiento se ha seguido para su elaboración y tramitación?

En la elaboración y tramitación debe seguirse el procedimiento previsto en el artículo 53 de la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, que es el que determina las prescripciones generales del procedimiento para la elaboración de los reglamentos, tras la modificación introducida por la disposición final primera de la Ley 2/2014, de 21 de marzo, de Proyectos Estratégicos, Simplificación Administrativa y Evaluación de los Servicios Públicos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, que establece la obligatoriedad tanto para los anteproyectos de ley como para los proyectos reglamentarios, de elaborar una memoria de análisis de impacto normativo, como documento compilatorio único que analice el conjunto de impactos normativos que puede suponer la aprobación de una nueva norma.

A tal efecto, para la elaboración de la memoria de impacto normativo, se ha de tener en consideración la Resolución de 13 de febrero de 2015, de la Secretaría

General de la Consejería de Economía y Hacienda, por la que se dispone la publicación en el BORM del Acuerdo del Consejo de Gobierno de fecha 6 de febrero de 2015, por el que se aprueba la Guía Metodológica para la elaboración de la MAIN.

4. De forma previa a la elaboración del texto normativo, ¿se ha efectuado algún tipo de consulta a los interesados para fomentar la participación de los mismos en la elaboración de la propuesta normativa? ¿Cuáles han sido sus observaciones y/o sugerencias?, ¿cuáles han sido los motivos para aceptar o rechazar las observaciones y/o sugerencias realizadas?

Con carácter previo a su elaboración, no se ha considerado necesario realizar un turno previo de consultas sobre el proyecto normativo a los posibles interesados, dado que tiene una pluralidad importante de entidades, organizaciones u asociaciones a las que pudiera interesar (Colegios Profesionales; Asociaciones de Consumidores y Usuarios; Organizaciones representativas de anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión publicitaria) sin que exista respecto a las mismas, una entidad u organización que las aglutine, de manera que por razones de agilidad y teniendo en cuenta que se trata de una fase muy inicial del procedimiento de elaboración, no se efectuó dicho trámite.

No obstante, a fin de dar cumplimiento al trámite de consulta pública previa a que se refiere el artículo 133.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se remitió a la Oficina para la Transparencia y la Participación Ciudadana para su publicación en la página web de Participación Ciudadana, al objeto de que los ciudadanos pudieran realizar aportaciones y sugerencias sobre esta futura norma, habiendo estado publicado hasta el 24 de octubre de 2017.

Finalizada la publicación, dicha Oficina informó mediante Comunicación Interior de 26 de octubre del mismo año, que terminado el periodo de la consulta a través del cuestionario en línea correspondiente, a fecha de 24 de octubre de 2017, “no se han formulado aportaciones ciudadanas sobre dicha normativa”.

5. ¿Se ha efectuado algún tipo de trámite para que los posibles interesados participen en la elaboración del texto normativo? ¿Cuáles han sido las audiencias que se han realizado? ¿Qué norma exigía tal audiencia? ¿Cuál ha sido el resultado de la audiencia? ¿Cuáles han sido las observaciones o comentarios que se han presentado durante la audiencia? ¿Cuáles han sido las razones que justifican la adopción o no adopción de las observaciones presentadas por los sujetos a los que se les ha dado audiencia?

Por afectar la norma a los derechos e intereses legítimos de las personas, debe darse trámite de audiencia, por lo que se ha optado por publicar el texto en el Portal de Participación ciudadana de la CARM, en el portal sanitario “MurciaSalud” así como un anuncio en el BORM.

También se realizó audiencia a entidades u organizaciones reconocidas por ley cuyos derechos o intereses legítimos se vieren afectados por la norma y cuyos fines guarden relación directa con su objeto, tales como Colegios Profesionales;

Organizaciones que agrupen a anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión de publicidad u otro tipo de empresas que puedan desarrollar su ámbito en el sector sanitario, así como a las asociaciones de consumidores y usuarios a través de su representación en el Consejo Asesor Regional de Consumo, por lo que se envió el borrador a la Dirección General de Comercio, Consumo y Simplificación Administrativa, con competencias en materia de comercio y defensa del consumidor, dependiente de la Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente, la cual envió Certificado del Acuerdo adoptado por el Pleno de dicho Consejo, mediante Comunicación Interior de 11 de junio de 2018.

Efectuaron alegaciones los Colegios Oficiales de Médicos, Odontólogos y Estomatólogos y Fisioterapeutas de la Región de Murcia; la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de la Región de Murcia (CROEM) y Asociación de Consumidores Thader-Consumo.

En el ámbito de la Administración Pública Regional, también se ha dado conocimiento del proyecto al Consejo de Salud de la Región de Murcia en su reunión del 25 de octubre de 2017, el cual informó favorablemente el mismo.

Finalizado dicho periodo de audiencia, por el Servicio de Ordenación y Acreditación Sanitaria y Calidad Asistencial se redactó un Informe de fecha 11 de junio de 2019, en el que se recogen la valoración de las alegaciones recogidas durante la audiencia, del siguiente tenor:

"En relación con el asunto referenciado, solamente han realizado alegaciones las entidades abajo relacionadas, siendo objeto de la siguiente valoración:

1º) Colegio Oficial de Médicos de la Región de Murcia (por escrito presentado en la reunión del Consejo de Salud de 25 de octubre de 2017)

1.1) Sugieren que el artículo 8 del proyecto recoja expresamente que el plazo de 10 días que tienen los Colegios para emitir Informe sobre el mensaje publicitario debe ir referido a días hábiles.

Según el artículo 30.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, cuando los plazos se señalen por días estos se entiende que son hábiles, por lo que no resulta necesario recoger dicha observación.

1.2) Se cuestiona que el artículo 10 del proyecto otorgue validez indefinida a las autorizaciones.

El Colegio estima que en materia de publicidad sanitaria hay excesos, utilizando recursos lingüísticos y técnicas de marketing que bordean criterios éticos y estéticos, por lo que consideran que aún siendo admisible que las autorizaciones tengan carácter indefinido cuando no se produzcan modificaciones sustanciales, al menos debe existir la obligación de "notificar las alteraciones de los mensajes autorizados a fin de realizar las comprobaciones sobre los cambios realizados en formatos e imágenes."

Se acepta dicha observación, modificándose el artículo 10 con la siguiente redacción:

"Artículo 10.- Vigencia.

Las autorizaciones administrativas concedidas permanecerán vigentes para la actividad autorizada, sin necesidad de renovación, siempre y cuando la misma se mantenga publicitando en los mismos términos y condiciones de formato, leyendas, imágenes o medios de difusión que motivaron el otorgamiento de su autorización.

No obstante, se deberá comunicar al órgano directivo competente, cualquier modificación producida sobre el mensaje autorizado, a efectos de su comprobación y correcta adecuación a la normativa aplicable, pudiendo dar lugar en caso contrario, a la revocación de la autorización que fue concedida.

De dicha modificación se realizará su correspondiente asiento marginal en el Registro de Publicidad Sanitaria, conforme a lo previsto en el artículo 12, siendo notificado de ello el interesado."

2º) Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la Región de Murcia (presentadas por escrito con fecha de Registro de Entrada el 25 de abril de 2018)

2.1) Se propone que en el artículo 17.2, se incluya expresamente que la Administración retire de oficio la publicidad que se emita sin autorización.

Al respecto cabe decir que en dicho artículo ya se contempla que las autoridades pueden adoptar las medidas de policía sanitaria que en defensa de la salud pública correspondan.

Dichas medidas, de acuerdo con lo dispuesto en el Capítulo V de la Ley 14/1986, General de Sanidad, deben ser limitadas y proporcionadas a los fines que en cada caso se persigan.

La retirada de oficio propuesta por el Colegio, entraría dentro de los supuestos de ejecución forzosa, de modo que debe respetarse el régimen jurídico previsto en la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, que exige un previo apercibimiento y proporcionalidad en su aplicación.

Por tanto, no se considera oportuno que el artículo contemple la retirada de oficio de la publicidad no autorizada, puesto que dicha posibilidad ya deviene por las medidas de policía sanitaria que puede adoptar la Administración (actualmente, si se comprueba que la publicidad se emite sin autorización, se acuerda el cese de la actividad y se notifica al interesado para que deje de publicitar) así como por la aplicación del régimen de la ejecución forzosa de sus actos administrativos.

2.2) A las alegaciones realizadas por el Colegio al artículo 5, proponiendo modificaciones en cuanto a los criterios a los que debe acogerse la publicidad sanitaria, se realizan las siguientes consideraciones:

2.2.1) Se acepta la recomendación de incluir como motivo de exclusión, aquellos medios de publicidad que sean manifiestamente contrarios a la dignidad de las profesiones sanitarias y que sean inadecuados al rigor y seriedad que conlleva su ejercicio, por lo que se añade un apartado (nº 3) con esta redacción:

"No se podrá efectuar publicidad a través de cualquier medio de difusión, formato, imagen o sonido que pueda atentar contra la dignidad, ética, seriedad y rigor del ejercicio de las profesiones sanitarias o puedan dañar la figura del profesional sanitario frente a los ciudadanos."

2.2.2) Se estima la propuesta de que el tamaño sea uniforme en todo el anuncio y que se excluya la letra pequeña, modificándose en tal sentido el apartado 2º.

2.2.3) Se acepta la observación de eliminar en los mensajes publicitarios, ventajas competitivas de tipo subjetivo, por lo que se incluye un nuevo apartado (nº5) con esta redacción:

"No se podrán emitir mensajes en los que se ofrezcan ventajas comparativas frente a determinados productos, bienes o servicios de otros competidores."

2.2.4) Se considera acertada la propuesta al apartado 5, para que en los anuncios no se generen expectativas en términos de salud que no se puedan cumplir ni que se ofrezca cualquier tipo de garantía de tratamientos clínicos. Se estima idóneo incluirlo como apartado independiente (nº 8), quedando redactado en los siguientes términos:

"No podrán suscitar expectativas en términos de salud que no se puedan satisfacer, quedando prohibido la mención a la garantía de por vida."

2.2.5) No se acepta la observación realizada al apartado 8, de reproducir en el Decreto la redacción de los artículos 4, 5, 6, 7 del Real Decreto 1907/1996, puesto que dichos preceptos son básicos, de obligado cumplimiento para todas las Administraciones, y su repetición en otras normas está desaconsejado por las directrices de técnica normativa. Asimismo, daría lugar a una redacción extensa y farragosa innecesaria.

2.2.6) Respecto a las observaciones realizadas por el Colegio al apartado 9, de que se incluya además del número de colegiado, su nombre y apellidos, también hay que tener en cuenta la alegación realizada por la CROEM, de unificar el tratamiento del control de la publicidad sanitaria, con la finalidad de que en el mensaje aparezca, o bien el número de colegiado, o bien el número de registro de publicidad sanitaria.

Tras su examen, esta Administración considera suficiente que en los mensajes publicitarios se haga constar el número de registro de publicidad sanitaria que otorga la Administración, requisito que además, ya está previsto en el artículo 14.

Ello viene justificado porque cuando la Administración otorga el número de registro de publicidad sanitaria es porque ha habido una previa actividad de comprobación por parte de la Administración, tanto del centro como de los profesionales sanitarios que realizan la actividad publicitada, y en consecuencia, se ha comprobado tanto si el centro cuenta con su número de registro sanitario, como si el profesional cuyo servicio se publicita, está colegiado.

Por tanto, se considera oportuno eliminar el apartado 9 del artículo 5, de tal modo que en el mensaje publicitario sólo aparezca el número de registro de publicidad sanitaria.

De este modo se consigue que el mensaje publicitario no vea reducido su espacio ni tiempo de difusión pero, al mismo tiempo, deja constatado que ha sido objeto de control por la Administración.

2.2.7) La observación para que no se incluyan en los anuncios publicitarios a productos sanitarios que se incluyan en tratamientos clínicos, ya es una prohibición que se encuentra recogida en el artículo 78 de la Ley 29/2006.

2.3) Respecto a la recomendación realizada al artículo 7, cabe argumentar lo mismo que se ha dicho al apartado 8: supondría incluir un precepto que es básico según el Real Decreto 1907/1996, siendo innecesario su añadido.

2.4) No se acepta el argumento alegado por el Colegio de excluir totalmente en la publicidad, la posibilidad de incluir ofertas económicas.

Por el contrario, sí se considera oportuno eliminar de la publicidad, las ofertas económicas cuando son realizadas en comparación con otros servicios o productos determinados, así como cuando se haga mención a regalos o cualquier otro tipo de atractivo o incentivo económico que distorsione la integridad de la información o del mensaje exclusivamente de tipo sanitario, que es el fundamento de la difusión o publicidad de una actividad sanitaria.

No se acepta la observación de excluirlo en su totalidad, puesto que desde el punto de vista de los consumidores y usuarios, estos tienen reconocido como derecho esencial, la protección de sus legítimos intereses económicos y sociales, y así lo reconoce la Ley 4/1996, del Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia en su artículo 3, debiendo las Administraciones Públicas adoptar aquéllas acciones en defensa de dichos intereses, entre las que se encuentra asegurar la libertad de elección entre los distintos suministradores de productos, bienes y servicios existentes y a que se respeten las reglas de la economía de mercado (art. 8, apartado ll).

Conviene señalar que el artículo 38 de la Constitución reconoce la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado y la garantía y protección de la misma por los poderes públicos, de acuerdo con las exigencias de la economía en general y, en su caso, de la planificación.

La existencia de una competencia efectiva entre las empresas constituye uno de los elementos definitorios de la economía de mercado, disciplina la actuación de las empresas y reasigna los recursos productivos en favor de los operadores o las técnicas más eficientes. Esta eficiencia productiva se traslada al consumidor en la forma de menores precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos, de su variedad y calidad, con el consiguiente incremento del bienestar del conjunto de la sociedad.

En consecuencia, procede considerar que la reglamentación de la publicidad sanitaria debe hacerse conjugando, por un lado, la protección de la salud de los ciudadanos, de tal forma que la publicidad no conlleve un riesgo para la misma, y por otro lado, deberá respetar el libre ejercicio de la actividad económica de acuerdo con los principios de libre competencia, de tal modo que la Administración, en base a la normativa existente en la materia, ya dispone de las herramientas necesarias para comprobar que, cuando el mensaje publicitario que se realice atente gravemente contra otros profesionales o centros, pueda ser perseguida.

Por el contrario sí se acepta la consideración realizada por el Colegio de excluir en la publicidad, la posibilidad de incluir regalos o cualquier otro tipo de atractivo económico, puesto que la finalidad de la publicidad sanitaria es promover directa o indirectamente la contratación de actividades, productos o servicios relacionados con los riesgos para la salud, de tal modo que el ciudadano elija un determinado producto por su posible beneficio en ella, pero no guiado por una ventaja con un valor económico extra. Por tanto, se incluye un apartado (nº 7) con la siguiente redacción:

"En los mensajes publicitarios, sólo podrán utilizarse referencias a reducciones o descuentos en el precio de los productos, bienes o servicios que se publicitan, siempre y cuando no se hagan en comparación a otros productos, bienes o servicios determinados.

Tampoco podrán incluirse menciones a regalos, ofertas o ventajas en el precio que puedan incitar al usuario al consumo de esos productos o servicios publicitados por razones económicas, tales como, facilidades en el procedimiento de pago, mecanismos de financiación propia o ajenos, referencias a precios parciales o incompletos, presupuesto o eliminación de gastos adicionales.

Cualquier información sobre el precio de un producto, bien o servicio deberá hacer mención al precio final completo que comporta su aplicación o prestación, incluyendo impuestos. "

3º) Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia (CROEM) (por escrito de 27 de abril de 2018)

3.1) Realizan una sugerencia al apartado 9 del artículo 5, de que en el mensaje publicitario se identifique el número de colegiado del profesional, y en el caso de que hayan varios profesionales sanitarios, quién es el máximo responsable de la unidad.

También formulan una observación al artículo 14, considerando que la redacción actual ("Control Publicidad Sanitaria número de Registro…") ocupa mucho espacio en los mensajes radiofónicos, y por tanto, implica un sobrecoste económico de la publicidad.

A la vista de lo expuesto, se estima procedente dejar únicamente, el número de registro de la publicidad sanitaria, puesto que con ello ya se está dejando constancia que la Administración ha realizado una actividad de control, que se extiende tanto a la supervisión del centro como a los profesionales sanitarios que realizan la actividad publicitaria.

Ello deviene así porque según el artículo 4 del Decreto, es requisito para obtener la autorización de publicidad sanitaria, que el servicio o actividad esté desarrollado por un establecimiento inscrito en el Registro de Centros, Servicios y Establecimientos Sanitarios de la Consejería de Salud, lo que previamente, ha supuesto, un control tanto del centro como de los profesionales que en él trabajan.

En definitiva, en el proyecto reglamentario se realizarán las siguientes modificaciones:

a) Eliminar el apartado 9 del artículo 5.
b) El artículo 14 se modifica, de manera que en la emisión de los mensajes publicitarios deberá quedar constancia de la inscripción en el Registro de Publicidad Sanitaria, en los siguientes términos: *"Número de Registro de Publicidad Sanitaria (..)"*

3.2) Al artículo 6 "solicitud de autorización administrativa previa", se realiza una observación consistente en reducir el plazo de 3 meses, para poder presentar la solicitud antes de la fecha de emisión del mensaje publicitario.

El proyecto reglamentario ya recoge una reducción del plazo de 1 mes, de tal forma que ahora son 2 meses solamente.

3.3) En el artículo 8, se sugiere que se reduzca el plazo máximo de 10 días que tienen los Colegios para emitir su Informe respecto al cumplimiento de los criterios recogidos en el artículo 5 sobre la correcta difusión del mensaje publicitario, estimando que sería suficiente solamente con 3 días.

Se acepta la sugerencia, pero con un plazo mayor que permita su cumplimiento (actualmente, la emisión del Informe viene respetando el plazo de 10 días pero en algunas ocasiones, es insuficiente). Se adopta el criterio de reducir el plazo a la mitad (5 días), por lo que el artículo quedaría en su inciso final con la siguiente redacción:

"Artículo 8.- Informes.

…, a fin de que emita informe acerca del cumplimiento de los criterios señalados en el artículo 5, en el plazo máximo de 5 días."

3.4) Se formula una observación al artículo 9 "Resolución Administrativa", para reducir el plazo de resolución a 1 mes.

En el proyecto, se ha contemplado una reducción del plazo, pasando de 3 a 2 meses, plazo que esta Administración ha constatado a la vista de los expedientes tramitados, como el mínimo necesario para cumplir con la obligación de resolver en tiempo y forma. Otro plazo menor, llevaría a la Administración a incumplir esta obligación.

4º) Alegaciones del Colegio Oficial de Fisioterapeutas de la Región de Murcia (por escrito con fecha de Registro de Entrada de 30 de abril de 2018)

4.1) El Colegio sugiere que la regulación de la publicidad sanitaria debe ser más amplia, de modo que evite que centros, servicios o establecimientos no sanitarios, ofrezcan la realización de actividades sanitarias.

Se acepta la misma, si bien en vez de recogerla en el párrafo 3º del artículo 1, se considera que su ubicación sería encuadrable en el artículo 2 relativo a la definición de publicidad sanitaria, en tanto que estamos hablando de un supuesto sobre lo que no es publicidad sanitaria.

Por tanto, se añade un segundo párrafo al artículo 2, con la siguiente redacción:

"Los centros, establecimientos y servicios no sanitarios, así como cualquier persona física o jurídica que no pertenezca al ámbito de los centros, establecimientos y servicios sanitarios, no podrán utilizar en su publicidad, términos que sugieran la realización de cualquier tipo de actividad sanitaria o que puedan inducir a error sobre ello a los usuarios.

Asimismo, queda prohibida la publicidad, en cualquier tipo de centro sea sanitario o no, que no esté avalada por el conocimiento o evidencia científica, como es el caso de las pseudoterapias".

También se estima conveniente hacer mención a eliminar de la publicidad sanitaria la utilización de pseudoterapias, pues se considera que las mismas afectan negativamente a la salud, sea perpetuando algunas dolencias, generando otras o, incluso, aumentando el riesgo de muerte.

Esto último puede ocurrir bien porque favorecen el retraso o la sustitución de tratamientos convencionales (cuya eficacia y seguridad si está probada) o porque reducen la efectividad de estos últimos.

Siempre se espera que un producto, actividad o servicio sanitario tenga el efecto terapéutico esperado, dado que el conocimiento o la evidencia científica avala su utilización. En caso contrario, se debe evitar que genere publicidad engañosa. Por este motivo, se trata de evitar la publicidad engañosa de las pseudoterapias.

4.2) Respecto a la propuesta de considerar como publicidad sanitaria a la realizada a través de cursos de formación, se estima acertada, si bien se considera que es más idóneo articularla como uno de los criterios a los que debe ajustarse la publicidad realizada por los centros formativos, por

lo que debería añadirse al artículo 5 como un nuevo apartado (el número 11), pudiendo tener la siguiente redacción:

"La publicidad que realicen centros que impartan cursos de formación que anuncien terapias, actividad terapéutica o actos propios de profesiones sanitarias o que publiciten su aplicación sobre personas con patologías, deberán especificar en la publicidad que realicen, de forma destacada y plenamente visible, que la actividad no habilita para ejercer profesión sanitaria alguna y que carece de validez académica oficial."

4.3) A la observación realizada al apartado 9 del artículo 5, hay que traer a colación lo argumentado en este Informe en los apartados 2.2 y 3.1.

Se estima que es suficiente para realizar el control de la publicidad, que en los mensajes publicitarios se haga constar el número de registro de publicidad sanitaria, pues la obtención del mismo, implica una actividad previa de comprobación por la Administración del centro y de los profesionales sanitarios que realizan la actividad publicitada, tal y como se argumenta en dichos apartados.

4.4) Se acepta la indicación de modificar el párrafo 2º del artículo 6 para añadir el término "audios", especialmente para que queda mejor aclarado cuando se trate de anuncios sonoros, por lo que pasaría a tener la siguiente redacción:

"La solicitud deberá ir acompañada de los textos, imágenes, modelos y audios que serán objeto de autorización, junto al resto de datos que se consideren oportunos."

4.5) La sugerencia efectuada al artículo 8 de remitir a los distintos Colegios Profesionales implicados, la solicitud y documentación de las actividades a publicitar, cuando se trate de actividades sanitarias distintas, se encuentra ya, implícitamente, recogida en la redacción del Decreto, puesto que es una actuación que la Administración debe realizar cuando concurra tal supuesto, como de hecho, el propio Colegio reconoce que viene haciendo.

4.6) Se aceptan las alegaciones realizadas a los apartados a) y d) del artículo 13, quedando redactado en los siguientes términos:

a) Inscribir, con su correspondiente número de registro, las autorizaciones concedidas, así como las modificaciones, revocaciones y los ceses que en relación a las mismas se produzcan.

(.....)

d) Elaborar una Memoria anual sobre el funcionamiento del Registro, que será publicado en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

4.7) Se acepta la observación realizada al artículo 17.1.b) de que se añada el inciso *"para la salud".*

Respecto a la adición de un sexto párrafo, relativo al seguimiento de las sanciones impuestas y ceses de actividad requeridos por la autoridad competente, dicho seguimiento ya forma parte del ejercicio de las facultades de control de la Administración, por lo que resulta innecesario.

5º) Alegaciones del Consejo Asesor Regional de Consumo (Comunicación Interior D.G. Comercio, Consumo y Simplificación Administrativa de 11 junio 2018)

Mediante Comunicación Interior de la D.G. Comercio, Consumo y Simplificación Administrativa de 11 de junio de 2018, se remitió Certificado del Acuerdo del Pleno del Consejo Asesor Regional de Consumo, adoptado en su reunión del 3 de mayo de 2018, por el que se aprobaba por unanimidad el proyecto, con una serie de alegaciones efectuadas por algunas entidades con representación en dicho órgano colegiado.

5.1) Respecto a las alegaciones realizadas por la Asociación de Consumidores Thader Consumo, se efectúan las siguientes consideraciones:

> 5.1.1) Proponen en el artículo 6.3, que a la solicitud se incorpore la autorización o denegación que se haya realizado por una autoridad competente en un ámbito territorial distinto. Con esta propuesta, la redacción pasaría a ser la misma que había anteriormente en el Decreto 41/2003.
>
> En el nuevo proyecto, lo que se pretende es que dicha autorización o denegación sea incorporada de oficio al expediente por la Administración (salvo expreso consentimiento contrario del interesado) con el fin de adecuarse a lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común, por lo que no procede estimar dicha observación.
>
> 5.1.2) Se propone que el artículo 10 recoja que la autorización no tenga una duración indefinida sino que sea por cinco años, a efectos de evitar inseguridad, habida cuenta de la evolución de las campañas publicitarias.
>
> Se acepta la observación realizada, en el sentido de eliminar la vigencia indefinida, pero no se acepta que tenga un plazo de duración de 5 años. Con la redacción que se recoge en el apartado 1 de este Informe, al hilo de las observaciones hechas por el Colegio de Médicos, la licencia tendrá una vigencia indefinida mientras no haya cambios en las condiciones que motivaron su concesión, por lo que no será preciso efectuar renovaciones en ese caso.

5.2) Respecto a las alegaciones realizadas por CROEM en la reunión del Consejo Asesor Regional de Consumo, son básicamente las mismas que las presentadas por esta entidad en su escrito de 28 de abril de 2018, y que ya han sido analizadas en el apartado 3 de este Informe."

Como resultado de este Informe, se redactó un nuevo borrador que fue sometido al Informe preceptivo de la Dirección de los Servicios Jurídicos, el cual fue emitido el 19.11.2019, y de cuya valoración, se hace constatación en el siguiente apartado.

6. ¿Qué informes o dictámenes se han solicitado? ¿Cuál es el carácter de los mismos? ¿Ha habido incidencias en la evacuación de los informes y dictámenes? ¿Cuáles? ¿Cuáles han sido las observaciones y comentarios que se han efectuado en los informes o dictámenes evacuados? ¿Cuáles han sido las razones que justifican la adopción o no adopción de las observaciones y comentarios señalados por los órganos informantes?

La norma reglamentaria debe someterse a inform y el principio e preceptivo de los siguientes órganos:

- Consejo de Salud de la Región de Murcia (de acuerdo con lo establecido en el artículo 11 de la Ley 4/1994, de 26 de julio, de Salud de la Región de Murcia. Ya fue informado favorablemente por dicho órgano en su reunión del 24 de octubre, quedando de ello constancia en el expediente mediante Certificado del Secretario de dicho órgano)

-Consejo Asesor Regional de Consumo (artículo 17 de la Ley 4/1996 de 14 de junio, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia (modificado por Ley 1/2008 y Ley 10/2016) y art. 2 del Decreto 1/1995, de 20 de enero, por el que se crea el Consejo Asesor Regional de Consumo de la Región de Murcia, modificado por Decreto 7/2005, de 14 de enero) Fue informado por dicho órgano en su reunión de 3 de mayo de 2018.

-Servicio Jurídico de la Secretaría General de la Consejería de Salud (según dispone el artículo 11 del Decreto 117/2002, de 27 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Sanidad)

- Vicesecretaría de la Consejería de Salud (conforme al art.53.2 Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia)

- Dirección de los Servicios Jurídicos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (de acuerdo con el artículo 7.1.f de la Ley 4/2004, de 22 de octubre, de asistencia jurídica de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.). Fue informado el día 19.11.2019

- Consejo Jurídico de la Región de Murcia (conforme al artículo 12.5 de la Ley 2/1997, de 19 de mayo, del Consejo Jurídico de la Región de Murcia)

Respecto al Informe de la Dirección de los Servicios Jurídicos se hicieron una serie de observaciones que, desde el punto de vista formal y sustancial del texto del proyecto, fueron valoradas por la D.G.de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, emitiendo al respecto un Informe de 06.03.2020, del siguiente tenor:

"1º).- Se acepta la observación realizada en el punto 1º de modificar el texto para que adopte la forma de Proyecto de Decreto, conforme a lo dispuesto en las Directrices de técnica normativa aprobadas por Acuerdo del Consejo de Ministros de 22.07.2005, de aplicación supletoria en esta Administración Regional. Además, en la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, en el artículo 53 regulador del procedimiento de elaboración de los reglamentos, se dispone que la forma es la de proyecto.

2º).- El punto 3º y 4º viene a considerar que el proyecto tiene por objeto modificar prácticamente la totalidad de los artículos así como varias disposiciones adicionales del citado Decreto 41/2003, lo que implica el uso de una técnica normativa imperfecta para su incorporación al ordenamiento jurídico, pues podría acarrear tanto para los ciudadanos como para los aplicadores del derecho, dificultades en conocer cuál es la regulación aplicable, afectando de este modo al principio de seguridad jurídica, reconocido en el artículo 9.3 de la Constitución, como principio esencial del ordenamiento jurídico

Por ello, considera la DSJ, y así lo expone en la parte final de su Informe, que debería remitirse a la aprobación del Consejo de Gobierno, la propuesta de aprobación de un Proyecto de Decreto que, incorporando las modificaciones pretendidas recogidas en el borrador tramitado, derogue el vigente Decreto 41/2003.

Se estima acertada y oportuna la observación realizada, por lo que es preciso redactar un nuevo proyecto que, a modo de "texto articulado", recoja tanto las modificaciones pretendidas como la regulación originaria del Decreto 41/2003 que se estima conveniente mantener y que, en el caso que nos ocupa, se ceñiría exclusivamente a los artículos 1, 7 y 16, dotando así al ordenamiento regional, de una nueva norma reguladora de la publicidad sanitaria que no ofrezca dudas sobre cuál es el régimen aplicable.

3º).- En el punto 5º se hacen una serie de observaciones a la parte expositiva y articulado, a saber:

3.1.- Se admite la sugerencia de eliminar en la parte expositiva, la cita al Consejo de Salud y al Consejo Asesor Regional de Consumo.

3.2.- Se acepta la indicación realizada de estructurar el proyecto de decreto en Capítulos, con el fin de mejorar su sistemática.

3.3.- Respecto a la observación realizada al artículo 5, esta Consejería considera que en el expediente ha quedado justificado porqué se ha eliminado como criterio para la difusión del mensaje publicitario, la identificación del profesional sanitario mediante su número de colegiación.

Así se argumentó en los apartados 2.2.6 y 3.1 del Informe de valoración de alegaciones efectuadas en el trámite de audiencia de fecha 12.06.2019, emitido por la D.G.de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, órgano directivo impulsor de la tramitación del proyecto, pues se entendía que era suficiente que en el mensaje publicitario sólo apareciese el número de registro de publicidad sanitaria, de manera que así no se veía reducido su espacio ni tiempo de difusión pero, al mismo tiempo, quedaba constatado que había sido objeto de control por la Administración.

No obstante, se añade al artículo 5º un apartado relativo a “Número de Registro de Publicidad Sanitaria”.

Al hilo de la revisión del artículo 5, se considera oportuno añadir un párrafo segundo al criterio 1º, para que quede identificado con toda claridad el producto o servicio que se ofrece, sin dejar dudas sobre su naturaleza, concretamente en cuanto a la denominación del nombre comercial del centro, servicio o establecimiento sanitario que preste la actividad sanitaria, del siguiente modo:

> “1. Identificar con toda claridad, rigor y precisión, y de forma objetiva, el producto o servicio al que se refiere no dejando dudas sobre su verdadera naturaleza.
>
> Respecto a la utilización del nombre comercial del centro, servicio o establecimiento sanitario, este no podrá inducir a error ni ser susceptible de confundir sobre la prestación de otro servicio o actividad sanitaria diferente a la realizada por el centro, servicio o establecimiento sanitario.”

3.4.- Se admite la observación al artículo 6, en cuanto que debería facilitarse al ciudadano la identificación del órgano competente para la autorización, por lo que se modifica su redacción en los siguientes términos:

"Artículo 6. Solicitud.

1. Aquellas personas físicas o jurídicas interesadas en realizar publicidad sanitaria deberán solicitar autorización administrativa previa dirigida al titular de la Consejería de Salud, al menos, con dos meses de antelación a la fecha de emisión o lanzamiento del mensaje publicitario. A tal efecto, se cumplimentará el modelo específico de solicitud para este procedimiento que esté disponible en la "Guía de Procedimientos y Servicios" publicada en la página web de Comunidad Autónoma, todo ello de conformidad con lo establecido en el artículo 14 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

2. La solicitud deberá ir acompañada de los textos, imágenes, modelos y audios que serán objeto de autorización, junto al resto de datos que se consideren oportunos.

3. En el caso de que el mensaje o campaña haya obtenido una autorización o denegación por una autoridad competente en un ámbito territorial distinto, deberá indicar en qué momento y ante qué autoridad se instó dicha autorización. En tal caso, se presumirá, salvo oposición expresa en su solicitud, que autoriza a la Consejería para que pueda recabar de oficio la autorización o denegación que, en su caso, hayan dictado otras autoridades."

3.5.- A la observación realizada al artículo 8, se estima que el plazo de 5 días que tienen los Colegios para emitir su Informe respecto al cumplimiento de los criterios sobre la correcta difusión del mensaje publicitario, podría ser insuficiente, por lo que se vuelve al plazo de 10 días contemplado en el Decreto.

3.6.- Se aceptan las observaciones realizadas al artículo 9, salvo la formulada al plazo de 2 meses para resolver, que la DSJ estima que es insuficiente y voluntarista.

Al respecto, se considera que en el citado Informe de fecha 12.06.2019, en el apartado 3.4, queda argumentado el motivo de fijar dicho plazo, y que no es otro que, ante la demanda formulada por la CROEM de reducir el plazo de resolución de 3 meses a 1 mes, esta Administración había constatado a la vista de los expedientes tramitados, que el plazo de 2 meses era el mínimo necesario para cumplir con la obligación de resolver en tiempo y forma. Otro plazo menor, llevaría a la Administración a incumplir esta obligación. Al mismo tiempo, se conseguía agilizar la tramitación del procedimiento.

Visto lo expuesto, se da nueva redacción del siguiente tenor.

"Artículo 9. Orden resolutoria.

Emitidos los Informes correspondientes o transcurrido el plazo para su emisión, y a propuesta de la persona titular de la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, por la Consejería de Salud se dictará y notificará la Orden correspondiente en un plazo de 2 meses, transcurrido el cual sin que el interesado haya recibido contestación alguna, el interesado podrá entender otorgada la autorización"

3.7.- Se admite la observación de la DSJ de eliminar la referencia en el artículo 11.1 de que "se crea el Registro de Publicidad Sanitaria", pues el Registro ya fue creado por el Decreto 41/2003.

3.8.- Se aceptan las sugerencias realizadas por la DSJ a una posible contradicción entre el artículo 10 y 11, en cuanto a la inscripción en el Registro de modificaciones en los mensajes ya autorizados, procediéndose a realizar una nueva redacción del artículo 11 en los siguientes términos:

"Artículo 11. Registro de publicidad sanitaria.

1. Serán objeto de inscripción en el Registro de Publicidad Sanitaria, las autorizaciones de publicidad sanitaria, así como cualquier modificación del mensaje autorizado en su momento. También será objeto de inscripción el cese o finalización de la actividad publicitaria, que deberá ser objeto de comunicación por parte del titular de la autorización en el plazo de dos meses desde el cese efectivo de aquélla.

2. Dicho Registro queda adscrito al órgano directivo competente en materia de autorización y registro de centros, servicios y establecimientos sanitarios."

3.9.- Se admite la indicación realizada por la DSJ al artículo 17.4.b. pues existe un error en el Decreto 41/2003, en cuanto a la horquilla de la cuantía de la sanción cuya competencia corresponde imponer al Consejero, pues dicha competencia la tiene a partir de los 3.005'07 euros, y no desde los 3.005'06 euros, pues esta competencia es del titular de la Dirección General competente.

3.10.- Se recoge la observación realizada a la disposición adicional tercera de eliminar la habilitación al Consejero para disponer la delimitación y concreción de los criterios generales de publicidad del artículo 5, por entender que vacía de contenido la potestad reglamentaria del Consejo de Gobierno.

3.11.- Se recogen las correcciones de tipo gramatical formuladas al artículo 1, 8 y 11."

Sin perjuicio de la valoración de las consideraciones realizadas por la Dirección de los Servicios Jurídicos al texto, también procedía valorar una recomendación sustancial realizada sobre la naturaleza del proyecto tramitado, en la que se sugiere que, puesto que el proyecto inicial tenía por objeto modificar prácticamente la totalidad de los artículos así como varias disposiciones adicionales del citado Decreto 41/2003, ello suponía el uso de una técnica normativa imperfecta para su incorporación al ordenamiento jurídico, pues podría acarrear tanto para los ciudadanos como para los aplicadores del derecho, dificultades en conocer cuál es la regulación aplicable, de este modo quedaría afectado el principio de seguridad jurídica, reconocido en el artículo 9.3 de la Constitución, como principio esencial del ordenamiento jurídico

Por ello, y así lo expone en la parte final de su Informe, se recomendó que debería remitirse a la aprobación del Consejo de Gobierno, una propuesta de aprobación de un Proyecto de Decreto que, incorporando las modificaciones pretendidas recogidas en el borrador tramitado, derogase el vigente Decreto 41/2003.

Tras el examen de las consideraciones efectuadas por la DSJ, tanto por la D.G.de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, como después de forma conjunta con la D.G.de Comercio, Consumo y Artesanía, como órgano directivo que tiene las competencias en materia de consumo y de defensa y

protección del consumidor (y así lo manifestaron en un Informe y Propuesta realizada por las titulares de ambas Direcciones Generales) se consideró la oportunidad y necesidad de, efectivamente, redactar un Proyecto de Decreto que regulase la publicidad sanitaria desde un punto de vista sectorial de ámbito sanitario, con el fin de complementar la legislación básica estatal cuyas prescripciones está obligada a respetar, y de modo particular, lo preceptuado por el artículo 27 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que habilita a las Administraciones Públicas, en el ámbito de sus competencias, a realizar un control de la publicidad y propaganda comercial, para que se ajusten a criterios de veracidad, en lo que a la salud se refiere, y para limitar e impedir lo que pueda constituir un perjuicio para la misma.

En el mismo sentido, el artículo 5.1 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, prescribe que la publicidad de materiales y productos sanitarios, así como otros productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización previa.

Por esta misma razón, al abordar la redacción de un nuevo texto se aprecia la conveniencia de eliminar de la nueva regulación, las referencias realizadas a la normativa general reguladora de la defensa de los consumidores y usuarios en el régimen sancionador que actualmente contiene el citado Decreto 41/2003, pues la publicidad en el ámbito sanitario viene ya predeterminada legalmente, como hemos señalado anteriormente, por su normativa especial, concretamente por la Ley 14/1986, y en consecuencia, el régimen de infracciones y sanciones al que debe someterse, es el contemplado en dicha Ley.

Lo anterior no impide tener en cuenta que la publicidad sanitaria, cuando la misma pueda constituir una infracción administrativa, podría ser también sancionada por la regulación que en materia de publicidad y defensa de consumidores y usuarios pueda resultar de aplicación, por lo que resultaría conveniente mantener en el nuevo proyecto, una remisión general a la aplicación de dicha normativa, para los casos en que resulte procedente.

En definitiva, se estimó tramitar un proyecto de Decreto que estableciera una nueva regulación de la publicidad sanitaria y no un proyecto que modificase la anterior regulación que se recogía en el Decreto del año 2003.

Tras la reconversión del proyecto normativo con la intención de aprobar una nueva norma en sustitución de la vigente, en vez de un proyecto modificativo, el texto resultante se sometió a Dictamen preceptivo del Consejo Jurídico de la Región de Murcia.

A la vista el expediente, el citado Órgano Consultivo dictó Acuerdo 8/2020, de 22 de mayo, por el que, tras apreciar que no se había ofrecido trámite de audiencia a los “medios” de publicidad a los que se les atribuye responsabilidad por infracción administrativa prevista en el artículo 16.3 del proyecto. En consecuencia, acuerda solicitar que se cumplimente la audiencia mencionada.

A los efectos de dar cumplimiento al Acuerdo del Consejo Jurídico, se procedió en junio a dar un trámite de audiencia individualizado a las siguientes entidades y organizaciones de medios de publicidad y comunicación:

INTERESADOS	CIF/NIF	Fecha puesta disposición	Fecha notificación	Aceptado esta/ rechazado
Asociación Española de Anunciantes (AEA)	G28217107	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
Asociación de Productores Audiovisuales de la Región de Murcia. APARM	G73337180	24/06/2020	05/07/2020	Rechazado
Asociación de Empresarios de Producción Audiovisual de la Región de Murcia. APROMUR	G73335523	24/06/2020	05/07/2020	Rechazado
ASOC DE PROFESIONALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION (ILUSIONMEDIA)	G86223468	24/06/2020	29/06/2020	Aceptado
ASOCIACION PROFESIONAL ESPAÑOLA DE PRENSA RADIO TV E INTERNET	G58039272	24/06/2020	05/07/2020	Rechazado
Academia de las ciencias y las artes de las televisión	G81639429	24/06/2020	24/06/2020	Aceptado
La verdad multimedia	A78865433	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
La opinión	A08850018	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
Televisión murciana	A30394407	24/06/2020	26/06/2020	Aceptado
7 TV Región de Murcia Onda regional	Q-3000264-F	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
Radio Popular S.A. - COPE.	A28281368	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas	G28496636	24/06/2020	25/06/2020	Aceptado
Radio Murcia la SER	A30016323	24/06/2020	03/07/2020	Aceptado
Asociación medios de información AMI	G28538528	26/06/2020	26/06/2020	Aceptado

En respuesta a la audiencia realizada, tan sólo ha presentado escrito de alegaciones la Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) en su doble condición de prestador del servicio público de comunicación audiovisual radiofónico y de medio de publicidad. En su escrito, además de consideraciones generales en donde manifiesta que no se han tenido en cuenta los diferentes tipos de comunicación, de conformidad con la Ley general de comunicación audiovisual, también fórmula observaciones concretas al articulado. En particular, en relación al artículo 7 que regula a los interesados, evidencia que no se han definido claramente y que, en todo caso, a los efectos de estos procedimientos los interesados siempre son los anunciantes que deben velar por el cumplimiento de los requisitos exigibles o en su caso por las agencias de publicidad si recibieren tal

encargo. En cualquier caso, a los "medios de publicidad" no les corresponde en ningún caso solicitar dicha actualización, ya que su actuación se limita a la formalización de un contrato de difusión publicitaria.

Por este motivo, solicitan una modificación de la redacción de este artículo 7, en este sentido y, correlativamente, también del artículo 16.3, relativo a la comisión de infracciones, en tanto estos medios de publicidad no deben tener esta condición de interesados. Finalmente, también instan una concreción en relación al artículo 14 para indicar como se debe cumplir la obligación de hacer referencia al número de registro de publicidad sanitaria en medios radiofónicos o distintos de los televisivos e impresos.

A la vista de estas alegaciones, se ha emitido un informe valorativo por las unidades competentes de la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, en donde se analiza dichas alegaciones y se explicita aquellas que son tenidas en cuenta y, en consecuencia, incorporadas al texto resultante:

a) "A su observación de que el proyecto no tiene en cuenta las distintas modalidades publicitarias contempladas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, cabe decir que el proyecto tiene como finalidad establecer una regulación de la publicidad sanitaria, que permita a los interesados y ciudadanos, una mejor identificación de los conceptos básicos de la misma, así como de los requisitos, trámites y procedimiento para poder obtener la correspondiente autorización sanitaria.

   La regulación de las cuestiones generales sobre la publicidad, deben ser abordadas desde su normativa específica básica estatal, tanto en materia de publicidad como del régimen de prensa, radio y televisión que determina, respectivamente, tanto la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, como la ya citada Ley 7/2010, debiendo respetar y ceñirse las modalidades de publicidad, sea sanitaria o no, a lo dispuesto en ellas.

b) Se admite la observación realizada al artículo 7 "Interesados", por lo que se procede a modificar su redacción, en los términos propuestos, del siguiente tenor:

   "A los efectos de lo dispuesto en el artículo 6, tienen la condición de interesados los anunciantes, según la definición dada por el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, quienes podrán actuar por sí o mediante representante."

c) Se admite la alegación realizada al artículo 14 "Número de Registro de Publicidad Sanitaria", modificando la redacción del siguiente modo:

   "En la emisión de los mensajes publicitarios sujetos al presente decreto se deberá indicar expresamente y con total claridad, el número de registro de

publicidad asignado, de tal modo que permita su perfecto entendimiento de forma compatible con el medio utilizado para la difusión del mensaje publicitario."

d) Se admite la observación efectuada al apartado 3 del artículo 16 "Infracciones y Sanciones", si bien hay que tener en cuenta las posibles responsabilidades que puedan tener las agencias y medios de publicidad, para el caso de que incumplan la normativa que les sea aplicable en materia de comunicación audiovisual, por lo que la redacción que se adopta es la siguiente:

"A los efectos de lo dispuesto en este artículo serán responsables de la publicidad sanitaria los anunciantes, así como las agencias de publicidad y medios de publicidad, a título de dolo o culpa, cuando incumplan la normativa que les sea aplicable en materia de comunicación audiovisual."

Una vez dado cumplimiento al requerimiento formulado por el Consejo Jurídico, se remite a este las últimas actuaciones practicadas relativas al trámite de audiencia específico otorgado en noviembre de 2020.

En relación al mencionado Dictamen del Consejo Jurídico, emitido en sesión celebrada el 21 de diciembre de 2020, hay que poner de manifiesto que no se han formulado reparos u observaciones de carácter formal a la tramitación del expediente, poniendo de manifiesto que la tramitación del proyecto en su conjunto se ha ajustado a las previsiones normativas exigibles.

Por lo que respecta a las cuestiones materiales o de fondo, hay que evidenciar que dicho Órgano Consultivo entiende que la comunidad autónoma ostenta competencias para la aprobación del proyecto reglamentario. En relación al mismo, se han formulado cuatro observaciones de carácter esencial al articulado que han sido tenidas en consideración y, por tanto, subsanadas o incorporadas al proyecto final resultante.

En concreto, se ha modificado la redacción del artículo 9 relativo a la orden resolutoria para clarificar la redacción del plazo y efectos del silencio para que no surjan dudas sobre su sentido. En este sentido, se asume en su totalidad la redacción propuesta para este artículo en el propio Dictamen. "Emitidos los Informes correspondientes o transcurrido el plazo para su emisión, y a propuesta de la persona titular de la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, por la Consejería de Salud se dictará y notificará orden resolutoria. Transcurridos dos meses desde que se inicie el procedimiento sin que se haya dictado y notificado resolución expresa, el interesado podrá entender estimada su solicitud". Incluso se adiciona un segundo párrafo, según la sugerencia formulada, para hacer expresa referencia a los recursos que pueden interponerse contra la orden.

También se ha subsanado la redacción del artículo 16, relativo a las infracciones y sanciones. A tal efecto, el Dictamen recogía la doctrina y jurisprudencia reiterada sobre la no creación "ex novo" de infracciones o tipificaciones que previamente no

estuviesen incluidas en la Ley. Por este motivo, para solventar cualquier tipo de duda, se modifica el texto de este artículo, en el sentido de incluir únicamente el inciso propuesto por el Consejo Jurídico para el artículo 16.1 y eliminar totalmente las diferentes letras de este apartado, de modo que este precepto recoja sin más una remisión genérica al régimen de infracciones leves, graves y muy graves establecido en el capítulo VI del título I de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, sin reproducir total o parcialmente el contenido de esta Ley. Asimismo, la redacción de los apartados 2 y 3 de este artículo 16 también se modifican en los términos propuestos en el Dictamen.

En relación a la disposición adicional segunda del proyecto, relativa a la delegación prevista en los colegios profesionales, también se recoge literalmente la redacción propuesta por el Consejo Jurídico para hacer mención expresa a la delegación de funciones y no de competencias, que es realmente el objeto de delegación.

Finalmente, el apartado 2 de la disposición transitoria única, que contempla la aplicación de la vigencia indefinida prevista en este decreto a las autorizaciones anteriormente concedidas, se reconvierte en la disposición adicional cuarta, tal y como ha sido informado por el Dictamen.

Por lo que respecta a las observaciones no esenciales realizadas al articulado del proyecto, hay que indicar que en el texto resultante se han incorporado o recogido la totalidad de las sugerencias u observaciones de mejora técnica realizadas por el Consejo Jurídico y que afectan a la cita de una disposición en la exposición de motivos, a los artículos 3, 5, 10.2, 11.1 y 15.

Por todo lo expuesto, en la parte expositiva del Proyecto de Decreto se ha incluido la fórmula “de acuerdo con el Consejo Jurídico”, de conformidad con el artículo 2.5 de la Ley 2/1997, de 19 de mayo, reguladora del citado órgano consultivo.

7° ¿Cuáles son las disposiciones cuya vigencia resulta afectada? ¿En qué sentido?

El proyecto deroga, en su totalidad, el Decreto 41/2003, de 2 de mayo, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.

8. ¿La disposición que se pretende aprobar es consecuencia de una norma comunitaria? Y Si la respuesta fuera afirmativa se deberá analizar su encaje en el derecho comunitario y el respeto por los elementos fundamentales que recoja la directiva cuya trasposición se lleva a cabo o bien por lo elementos configuradotes del reglamento comunitario. ¿Se ha producido la transposición o el desarrollo en el plazo dado?

No trae causa ni guarda relación directa con el acervo comunitario.

9. ¿Existe el deber de comunicar a las instituciones comunitarias la nueva regulación? Tanto en caso afirmativo como negativo deberá analizarse la respuesta.

No, puesto que no estamos ante un reglamento técnico que regule la especificidades técnicas de un producto, por lo que no resulta aplicable la Directiva 98/34/CE de 22 de junio, por la que se establece un procedimiento de información en materia de normas y reglamentaciones técnicas, ni tampoco por su objeto y contenido resulta afectado por la aplicación de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre, relativa a los servicios de mercado interior, de conformidad con su artículo 2.2.f).

10º Estructura de la norma, justificación del contenido con la estructura y contenido de las partes ¿Cuál es la estructura de la nueva norma? ¿Se justifica el contenido con la estructura? ¿Cuál es el contenido de cada una de las partes?

El proyecto reglamentario consta de una parte expositiva, 16 artículos que vienen encuadrados en 4 capítulos, 3 disposiciones adicionales, 1 disposición transitoria, 1 disposición derogatoria y 1 disposición final. Su estructura es la siguiente:

-*Capítulo I "Disposiciones generales".*

-Artículo 1. Objeto.
-Artículo 2. Definición de publicidad sanitaria.

-*Capitulo II "Autorización administrativa previa*".

-Artículo 3. Autorización administrativa previa de publicidad sanitaria.
-Artículo 4. Requisitos para obtener la autorización.
-Artículo 5. Criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.
-Artículo 6. Solicitud.
-Artículo 7. Interesados.
-Artículo 8.Informes.
-Artículo 9. Orden resolutoria.
-Artículo 10. Vigencia.

-*Capitulo III "Registro de Publicidad Sanitaria".*

-Artículo 11.Registro de publicidad sanitaria.
-Artículo 12. Tipos de inscripciones.
-Artículo 13. Gestión del Registro.
-Artículo 14. Número de Registro de Publicidad Sanitaria.

- *Capítulo IV. Régimen sancionador.*

-Artículo 15. Suspensión de la actividad publicitaria.
-Artículo 16. Infracciones y sanciones.

-Disposición adicional primera. Regímenes especiales de publicidad.
-Disposición adicional segunda. Delegación de funciones.
-Disposición adicional tercera. Órganos competentes.
-Disposición adicional cuarta. Vigencia de las autorizaciones concedidas antes de la entrada en vigor del decreto.
-Disposición transitoria única. Régimen transitorio.

-Disposición derogatoria. Derogación normativa
-Disposición adicional única. Entrada en vigor.

11º ¿Cuáles son los elementos novedosos que se incorporan?

La disposición proyectada introduce novedades tecnológicas en la tramitación del procedimiento, facilitando el acceso de los ciudadanos a la relación con la Administración a través de medios electrónicos y con la interconexión de datos entre Administraciones que evite la presentación de documentos, conforme a las prescripciones que ahora exige la nueva Ley 39/2015, del Procedimiento Administrativo Común.

12. ¿Cuál es la previsión de entrada en vigor? Justificación de la vacatio legis.

En la disposición final única se prevé que la norma entre en vigor al mes de su publicación en el BORM, plazo distinto al de 20 días que es el previsto con carácter general en el artículo 52.5 de la citada Ley 6/2004, aunque con muy pocos días de diferencia.

Se establece así para facilitar a los ciudadanos el conocimiento sobre cuando va a entrar en vigor la norma, puesto que el cómputo de los plazos fijados por meses, al ser de fecha a fecha, es más cómodo que el de los días.

13. Análisis del régimen transitorio si es que se recoge alguno.

En la disposición transitoria única, se establece unas peculiaridades sobre el régimen transitorio, en los siguientes términos.

"1. Los procedimientos en materia de publicidad sanitaria que se encuentren en tramitación a la entrada en vigor de este reglamento, se someterán a las prescripciones de este Decreto.

2. A las autorizaciones administrativas vigentes, concedidas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente norma, les resultará de aplicación el régimen de vigencia indefinida previsto en este Decreto."

Se adopta el criterio y regla general previsto en el Ordenamiento Jurídico español: la irretroactividad en la aplicación de las normas, tan estrechamente relacionado con el principio de seguridad jurídica, de modo que los actos realizados bajo un determinado régimen normativo no debe verse enjuiciados con la ley nueva. Ambos principios están reconocidos en el artículo 9.3 de la Constitución Española, así como en el artículo 2.3 del Código Civil que establece que "las leyes no tendrán efecto retroactivo si no dispusieren lo contrario".

No obstante, se contempla una aplicación retroactiva en el apartado 2, justificada en que la nueva regulación de la vigencia de las autorizaciones pretende eliminar cargas administrativas a los interesados de tener que estar solicitando la renovación de la autorización cada 5 años, por lo que se quiere que este beneficio pueda aplicarse también a las autorizaciones existentes con anterioridad,

basándose en una aplicación retroactiva de la nueva norma al ser esta más favorable.

La aplicación retroactiva de la normas más beneficiosa es un principio general que nace en el Derecho penal, que también ha sido extrapolado al derecho administrativo sancionador, pero es más, el Tribunal Supremo ha defendido su aplicación en cuanto que responde a un principio de coherencia en la aplicación del ordenamiento jurídico, ya que si los hechos han dejado de ser desvalorados por el legislador, no tiene sentido que los ciudadanos sigan padeciendo las consecuencias de una leyes que han dejado de considerarse adecuadas.

14. ¿Se crean nuevos órganos administrativos? Justificación.

No prevé la creación de nuevos órganos administrativos.

15. Si la norma que se pretende aprobar supone el establecimiento de un servicio o de un procedimiento administrativo cuyo destinatario sea el ciudadano, las empresas o las Administraciones Públicas o suponga una modificación en cualquier sentido del existente, ¿Ha sido dado de alta en la Guía de Procedimientos y Servicios de la Administración Pública de la Región de Murcia?

La norma proyectada no conllevará un nuevo procedimiento, aunque sí afectará al procedimiento 0605 “Registro de autorización de publicidad sanitaria de centros, servicios y establecimientos sanitarios” que aparece en la Guía de Procedimientos y Servicios de la CARM, pues será objeto de un tratamiento diferente en algunos aspectos concernientes al modelo de solicitud y documentación que tienen que presentar los interesados.

Respecto a los PRINCIPIOS DE BUENA REGULACIÓN, hay que indicar que el proyecto pretende adecuarse a los mismos:

16.° Principio de necesidad.- La disposición proyectada persigue actualizar y mejorar la normativa regional sobre publicidad sanitaria, afectando particularmente, al procedimiento para la obtención de la autorización administrativa previa, eliminando requisitos y dotándolo de mayor agilidad en su tramitación, lo que facilitará la realización de publicidad sanitaria de actividades, productos o servicios prestados por centros, servicios o establecimientos sanitarios de la Región de Murcia, pudiendo tener una incidencia positiva en la mejora y calidad de la salud de la población.

17. Principio de proporcionalidad.- El proyecto normativo es adecuado y proporcional ya que intenta eliminar y reducir en la mayor medida posible, los trámites y plazos en el procedimiento de autorización, de manera que solamente se establezcan unos requisitos básicos de comprobación y adecuación al ordenamiento jurídico, de la publicidad sanitaria que se pretenda realizar.

18.º Principio de seguridad jurídica.- La futura norma guarda plena coherencia con el resto del ordenamiento, en especial, con lo dispuesto en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad; la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, respecto a la publicidad sanitaria y la Ley 4/1996, de 14 de junio, que

establece el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia, así como con los preceptos que en materia de procedimiento administrativo establece la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

19. º Principio de transparencia.- Los objetivos de la iniciativa normativa han sido definidos claramente, tal y como ha quedado reflejado en esta memoria de impacto normativo. Además, ha sido objeto de publicación en el Portal de la transparencia de la CARM, la consulta pública previa a la que se refiere el artículo 133.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, de manera que se remitió a la Oficina para la Transparencia y la Participación Ciudadana para su publicación en la página web de Participación Ciudadana, a fin de que los ciudadanos pudieran realizar aportaciones y sugerencias sobre esta futura norma.

20° Principio de accesibilidad.- El proyecto reglamentario ha sido accesible para la totalidad de posibles destinatarios ya que fue objeto de remisión individualizada del mismo para dar cumplimiento al trámite de audiencia y posibilitar la formulación de observaciones. Además fue objeto de publicación en el Portal de la Transparencia de la Región de Murcia, en el portal sanitario “MurciaSalud” y anunciado en el BORM.

21º Principio de simplicidad.- La estructura y contenido del articulado del proyecto ha sido lo más simple y reducido posible al objeto de facilitar su conocimiento y aplicación.

22. º Principio de eficacia.- La disposición trata de introducir elementos para mitigar lo máximo posible las cargas administrativas, como es la utilización de medios telemáticos y electrónicos en el procedimiento y la eliminación de trámites y presentación de documentos.

4. INFORME DE CARGAS ADMINISTRATIVAS.

Cargas administrativas. Análisis previo.

El proyecto de norma pretende modificar la normativa actual reguladora del procedimiento administrativo de autorización previa de publicidad sanitaria, con el objetivo de dotarlo de mayor agilidad y simplicidad en los trámites a cumplimentar por los interesados.

Desde el punto de vista de las cargas administrativas, entendidas como aquellas actividades de naturaleza administrativa que deben llevar a cabo las empresas, personas jurídicas o ciudadanos para cumplir con las obligaciones derivadas de la normativa, la modificación pretendida conlleva una reducción de cargas administrativas.

Aunque lo mejor hubiera sido eliminar totalmente las cargas administrativas que vienen establecidas en el Decreto 41/2003, que ahora se pretende modificar, la decisión de mantener algunas de ellas se justifica por razón de dotar al

procedimiento de las condiciones mínimas de seguridad jurídica que permitan controlar adecuadamente el ejercicio de la publicidad sanitaria conforme al ordenamiento jurídico.

1º. Identificación de las cargas administrativas y su valoración económica. (Método Simplificado del Modelo de Costes Estándar en el (MCE).

La norma proyectada incide en la regulación de un procedimiento por lo que resulta necesario realizar una identificación y valoración de las cargas afectadas, distinguiendo el coste y reducción en función de que las tareas administrativas se realicen o no electrónicamente, ya que existe la voluntad de permitir en un futuro a los posibles interesados, esta modalidad de presentación.

Identificación de las cargas del Proyecto de Decreto.

- Presentar una solicitud, vía presencial o electrónica, conforme al modelo normalizado que se recoja en la Guía de Procedimientos y Servicios de la CARM (artículo 6)

- Solicitar una renovación de la vigencia de la autorización en el caso de modificaciones sustanciales en el mensaje autorizado en su momento (artículo 8)

2º. Identificación de los mecanismos de reducción de cargas administrativas.

2.1) De forma directa:

2.1.1) Introduciendo la simplificación documental:

- mediante el empleo de modelos normalizados (artículo 6)

- no solicitando documentos o datos que ya obran en poder de las Administraciones, a través de la interconexión de datos entre ellas, obteniendo previamente el consentimiento del interesado (el art 6. prevé que el mensaje o campaña que se quiere autorizar haya obtenido una autorización o denegación por una autoridad competente en un ámbito territorial distinto, por lo que se deberá indicar en qué momento y ante qué autoridad se instó dicha autorización)

- eliminación de trámites mediante el establecimiento de unos umbrales mínimos por debajo de los cuales se exime del cumplimiento de la carga administrativa, como es en el caso de la vigencia de la autorización, que ahora es indefinida, siempre que no haya modificación sustanciales que alteren el mensaje que fue autorizado en su momento y, por tanto, no hay que pedir la renovación cada 5 años como venía en el anterior Decreto 41/2003.

2.1.2) Introduciendo mejoras tecnológicas,

- presentación de la solicitud de forma electrónica a través de la Sede Electrónica de la CARM.

- facilitando el acceso a la relación con la Administración a través de medios electrónicos y con la interconexión de datos entre Administraciones que evite la presentación de documentos, como también viene contemplado con la redacción del artículo 6.

2.2) De forma indirecta:

2.2.1) Mediante la reducción de plazos y silencio administrativo:

- acortando los plazos legales y efectivos en la tramitación, como se ha hecho en el artículo 9, reduciendo el plazo para resolver en 1 mes (pasa de 3 meses a 2 meses)

- la utilización de medios electrónicos y la simplificación documental que conlleva el empleo de modelos normalizados favorecerá, indirectamente, la resolución en menor plazo.

2.2.2) Información y lenguaje administrativo:

-simplificando y unificando el lenguaje administrativo, facilitando la comprensión, cumplimentación y tramitación de documentos, como se ha hecho en los artículos 3,4,6,8,11,13 y 17.

- facilitando modelos normalizados y la información adicional sobre el procedimiento y cumplimiento de trámites, como se ha efectuado en el artículo 6, a través de la Guía de Procedimientos y Servicios ubicada en la página web correspondiente.

3º. Medición de las cargas administrativas y su reducción.

La medición de cargas administrativas identificadas se lleva a cabo de conformidad con el método basado en el Modelo de Costes Estándar (MCE) aplicable a las Administraciones Públicas.

Como se ha indicado anteriormente, la siguiente medición se desglosa en función de cómo se tramitaba el procedimiento en algunos pasos conforme a la normativa anterior (Decreto 41/2003) y como se pretende regular con la modificación pretendida por el proyecto.

Tramitación Decreto 41/2003	**Tramitación nuevo Proyecto.**

Para que un interesado pueda obtener una autorización de publicidad sanitaria tiene que realizar los siguientes trámites: 1º) presentar 1 solicitud de manera presencial, acompañada de 1 documento. **80 euros (solicitud) (Punto 1 de la tabla)** **5 euros (5 euros por 1 documento)(Punto 4 de la tabla)** 2º) presentar 1 solicitud para la renovación de la vigencia. **80 euros (solicitud) (Punto 1 de la tabla)** **TOTAL: 165 euros**	**Para que un interesado pueda obtener una autorización de publicidad sanitaria tiene que realizar los siguientes trámites:** 1º) presentar 1 solicitud que incluye la comunicación de datos que obran en otras Administraciones, por medios electrónicos: **5 euros (solicitud) (Punto 2 de la tabla)** **2 euros (aportación datos) (Punto 8 de la tabla)** **TOTAL: 7 euros**

A la vista de los datos anteriores, se puede comprobar que la diferencia supondría para los interesados un ahorro de 158 euros.

5. INFORME DE IMPACTO PRESUPUESTARIO.

1. ¿Afecta el proyecto normativo al presupuesto del departamento impulsor del mismo? ¿Existe impacto presupuestario?

a) Desde el punto de vista presupuestario, no tiene repercusión y coste económico adicional para el presupuesto de la Consejería de Salud ni para la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, puesto que dicho Centro Directivo dará cumplimiento a lo dispuesto en la norma como parte del ejercicio de sus competencias, con los medios económicos y personales de los que se dispone actualmente.

b) Identificación Partida Presupuestaria: Programa 413E – Ordenación sanitaria.

c) Cuantificación de ingresos y gastos o, en su defecto, justificación de la imposibilidad de cuantificación del impacto.

A la vista de lo anterior, se desprende que no tiene repercusión económica alguna adicional en la Consejería de Salud, ya que se dará cumplimiento a lo dispuesto en la norma, con los medios económicos y personales que se dispone actualmente, siendo los costes estimados los indicados en la tabla siguiente:

COSTE ESTIMADO DE PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL DECRETO POR EL QUE SE MODIFICA EL DECRETO 41/2003, DE 2 DE MAYO, POR EL QUE SE REGULA LA

PUBLICIDAD SANITARIA EN LA REGIÓN DE MURCIA	
Programa 413E – Ordenación Sanitaria	**Importe**
CAPÍTULO 1 – Gastos de Personal	51.150
CAPÍTULO 2 – Gastos Corrientes en Bienes y Servicios	748
COSTE ESTIMADO PREVISTO DEL PROGRAMA 413E	**51.898**

2. ¿Afecta el proyecto normativo a los presupuestos de otros departamentos, entes u organismos, distintos del impulsor? Justificación y, en su caso, cuantificación y conformidad de los mismos.

No tiene afectación.

3. ¿Afecta el proyecto normativo a los presupuestos de las corporaciones locales del ámbito de la CARM? Valoración, en su caso.

No tiene incidencia alguna, dado que la norma no afecta ni regula cuestiones relacionadas directa o indirectamente con la esfera administrativa de las corporaciones locales.

4. ¿Existe cofinanciación comunitaria? Valoración, en su caso.

No tiene.

5. ¿Se trata de un impacto presupuestario con incidencia en el déficit público?

No tiene.

6. Si la norma que se pretende aprobar afecta a los gastos o ingresos públicos presentes o futuros se deberán analizar las repercusiones y efectos en materia de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera, de acuerdo con las instrucciones o recomendaciones que al respecto emitan los órganos directivos competentes.

No tiene.

7. ¿El proyecto normativo conlleva recaudación? Cuantificación anual en su caso y figura recaudatoria.

No tiene.

8. Incidencia en recursos materiales y humanos.

En cuanto a los recursos materiales y humanos, no existe previsión de nuevos recursos materiales y humanos por lo que no procede valorar su coste, ni tampoco la de contar con efectivos adicionales.

6. INFORME DE IMPACTO ECONÓMICO.

El proyecto normativo no tiene repercusiones en aspectos económicos, puesto que su ámbito de aplicación se reduce a un sector muy concreto y sin incidencia en la prestación de servicios. Además, tiene un carácter voluntario en su aceptación y cumplimiento.

1º. ¿Cumple la norma que se pretende aprobar los requisitos y exigencias de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado? ¿Afecta la futura norma al acceso o al ejercicio de actividades económicas?

El proyecto se ajusta, en líneas generales, a la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado.

a) ¿Se recogen condiciones o requisitos que tengan como efecto directo o indirecto la discriminación por razón de establecimiento o residencia del operador económico?

No existe discriminación por razón de establecimiento o residencia. No obstante, se va a dar traslado del proyecto al resto de Administraciones Públicas a través de la coordinación regional para la unidad de mercado, a fin de dar cumplimiento a la exigencia de poner a disposición del resto de autoridades del presente proyecto, tal y como exige el artículo 14 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre.

2º. Efectos sobre los precios de productos y servicios.

La norma proyectada no tiene efectos relevantes sobre los precios y productos, ni el proyecto introduce tarifas o precios aplicables.

3º. Efectos en la productividad de los trabajadores y empresas.

El proyecto no afecta o restringe el uso de materiales, equipos o materias primas o formas de contratación de los trabajadores. Tampoco implica cambios en la forma de producción ni el cumplimiento de nuevos estándares de calidad de determinados productos.

4º. Efectos en el empleo.

Tampoco tiene repercusiones directas en el ámbito laboral, no afectando a la creación ni a la destrucción de empleo.

5º. Efectos sobre la innovación.

En sentido estricto, la norma no implica la incorporación de nuevas tecnologías al proceso productivo ni afecta a la capacidad de reorganización de la empresa.

6º. Efectos sobre los consumidores.

Teniendo en cuenta que la norma proyectada va dirigida a facilitar la tramitación del procedimiento de autorización administrativa previa de la publicidad sanitaria de productos o servicios prestados por centros o establecimientos sanitarios, no sólo tiene interés para los profesionales sanitarios sino también para los ciudadanos en general y para la sociedad en su conjunto, en tanto que son posibles consumidores de aquéllos, por lo que el establecimiento de un procedimiento más ágil puede acarrear que haya una mayor publicidad de aquéllos.

Esto puede generar un mejor conocimiento sobre diferentes cuestiones rela arriba 20 hacer clic en vista cionadas con la salud, conocer mejor los productos y servicios que se prestan en el ámbito sanitario y fomentar, incluso, que se utilicen y consuman en mayor medida y de forma mucho más adecuada, segura y consciente.

7º. Efectos relacionados con la economía de otros Estados.

No existen.

8. Efectos sobre las PYMES.

No existen.

9. Efectos sobre la competencia en el mercado.

El proyecto reglamentario no supone restricciones a la competencia puesto que la regulación prevista en el mismo no limita el acceso a nuevos operadores.

7. INFORME DE IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO.

El impacto en función del género del proyecto es nulo o neutro, por cuanto no existen desigualdades de partida en relación a la igualdad de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres, por lo que la aplicación de la norma no incide ni afecta a las políticas de género.

8. OTROS IMPACTOS.

Por lo que respecta a otros posibles impactos que pueda suponer la presente norma, hay que indicar lo siguiente:

a) Respecto al impacto de diversidad de género de las medidas que se establecen en el proyecto, vista la Ley 8/2016, de 27 de mayo, de igualdad social de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, transgénero e intersexuales y de políticas públicas contra la discriminación por orientación sexual e identidad de género en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el proyecto normativo no tiene efectos sobre la orientación sexual y la identidad de género.

b) En previsión de lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública, la evaluación que pueda derivarse de la

aplicación de este proyecto desde la perspectiva de su impacto en salud va a tener presumiblemente efectos favorables y positivos sobre la salud de los ciudadanos en cuanto que pueden tener un mayor conocimiento, a través de la publicidad sanitaria, de aquéllos productos y servicios que se difundan relacionados con la salud.

c) A los efectos de la aplicación del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, la disposición proyectada no va a tener incidencia.

d) La Ley 26/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y la adolescencia, ha establecido unas modificaciones normativas que afectan a la elaboración de normas legales y reglamentarias.

Por un lado, añade a la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica de Menor, el artículo 22 quinquies “Impacto de las normas en la infancia y en la adolescencia”, en el que se dispone lo siguiente:

“Las memorias del análisis de impacto normativo que deben acompañar a los anteproyectos de ley y a los proyectos de reglamentos incluirán el impacto de la normativa en la infancia y en la adolescencia.”

Por otro lado, también añade una disposición adicional décima “Impacto de las normas en familias”, en la Ley 40/2003, de 18 de noviembre, de Protección a las Familias numerosas, con el siguiente texto:

“Las memorias del análisis de impacto normativo que deben acompañar a los anteproyectos de ley y a los proyectos de reglamentos incluirán el impacto de la normativa en la familia.”

En cumplimiento de lo dispuesto en estos mandatos legales, se hace constar que el impacto de esta iniciativa normativa sobre la infancia, la adolescencia y la familia es nulo.