



## I. Disposiciones Generales

### DEPARTAMENTO DE SANIDAD

#### **DECRETO 175/2024, de 18 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Comunidad Autónoma de Aragón.**

El artículo 71.55.<sup>a</sup> del Estatuto de Autonomía de Aragón atribuye a la Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de sanidad y salud pública, en especial, la organización, el funcionamiento, la evaluación, la inspección y el control de centros servicios y establecimientos sanitarios, respetando lo dispuesto en los artículos 140 y 149.1 de la Constitución.

Por su parte, el artículo 77.1.<sup>a</sup> del Estatuto de Autonomía prevé la competencia ejecutiva de la Comunidad Autónoma de Aragón en materia de gestión de la asistencia sanitaria de la Seguridad Social.

Asimismo, el Estatuto de Autonomía atribuye a la Comunidad Autónoma competencias en materia de publicidad (artículo 71.28.<sup>a</sup>) y de protección y defensa de los consumidores y usuarios (artículo 71.26.<sup>a</sup>).

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

Igualmente, la Ley 6/2002, de 15 de abril, regula en su título V la ordenación del sistema de salud de Aragón, en el que se integra y se articula funcionalmente el conjunto de actividades, servicios y prestaciones que tienen por finalidad la promoción y protección de la salud, la prevención de la enfermedad y la asistencia sanitaria en los casos de pérdida de la salud. Asimismo, recoge en su artículo 29.1, letra i), entre las actuaciones del sistema de salud de Aragón, el control de la publicidad sanitaria.

Componen la normativa básica de referencia en la materia, tanto la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, en la que se contemplan diversos controles por parte de las Administraciones Públicas sobre la publicidad que incide sobre la salud, y en concreto sobre las actividades de publicidad de los centros y establecimientos sanitarios, así como sobre la publicidad de medicamentos y productos sanitarios, como la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que además de regular con carácter general la actividad publicitaria, prevé el sometimiento al régimen de autorización administrativa de aquellos bienes o servicios sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias.

Mediante Decreto 240/2005, de 22 de noviembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón, ("Boletín Oficial de Aragón", número 148, de 14 de diciembre de 2005), se ordenó el ejercicio de esta competencia.

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

Cabe destacar los principales cambios normativos producidos.

En primer lugar, la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el Régimen Legal de Competencia Desleal y de la Publicidad para la mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios. Esta Ley realiza la transposición al ordenamiento interno español de la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa, y la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas y sus relaciones con los consumidores en el mercado interior; modificando la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal y la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

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

Y en tercer y último lugar, el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio.

El Decreto 39/2024, de 28 de febrero, del Gobierno de Aragón, aprueba la actual estructura orgánica del Departamento de Sanidad y del Servicio Aragonés de Salud, estableciendo, entre otras, las competencias de la Dirección General de Asistencia Sanitaria y Planificación.



En dicha Dirección General se incardina el Servicio de Evaluación y Acreditación, al que corresponde, entre otras funciones, la regulación, control y vigilancia de la publicidad sanitaria.

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

Los principales cambios que introduce el nuevo Decreto respecto a la regulación anterior son, esencialmente, los siguientes:

- Se cambia el responsable de otorgar la autorización administrativa de la publicidad sanitaria en Aragón. En el anterior Decreto era responsabilidad de los Directores provinciales, cada uno en su provincia, y en la nueva norma la responsabilidad se unifica para toda la Comunidad Autónoma en el Director General titular de esta competencia, según el Decreto de estructura vigente.

- Se pasa de tener tres registros de publicidad provinciales a un registro único autonómico de publicidad sanitaria, al que pueden acceder todas las unidades administrativas que intervienen en el procedimiento de autorización. Esta unificación busca optimizar el control de la publicidad en la Comunidad Autónoma y hacerlo más ágil y eficiente.

- Se simplifica la participación de personal por parte de la administración en la Comisión de Publicidad, sin perder efectividad, con la finalidad de realizar una mejor gestión de los recursos humanos disponibles.

- Se simplifica el proceso administrativo del procedimiento de autorización, al no requerir renovar la autorización de una actividad publicitaria ya autorizada cada tres años, mientras no haya cambios en la publicidad emitida, 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, lo que reduce el coste del procedimiento y lo hace ser más eficiente y, al mismo tiempo, remueve un obstáculo que suponía una carga innecesaria para el libre ejercicio de la actividad empresarial.

- Se incluye un artículo que da un marco sobre los criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.

El texto del Decreto se estructura en los siguientes capítulos:

- El capítulo I recoge las disposiciones generales, incluyendo objeto, definición, principios informadores de la publicidad sanitaria y ámbito de aplicación con sus excepciones.

- El capítulo II trata de la Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón, regulando su composición y funciones.

- El capítulo III trata el régimen general de la autorización administrativa, incluyendo los criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.

- El capítulo IV regula la inscripción de los anuncios y contenidos publicitarios en el Registro de Publicidad Sanitaria.

- El capítulo V fija el régimen de infracciones y sanciones.

- Disposiciones adicionales.

- Disposiciones transitorias.

- Disposición derogatoria única.

- Disposiciones finales.

En ejercicio de la competencia otorgada con carácter general por la Ley 6/2002, de 15 de abril, cuya disposición final cuarta faculta al Gobierno de Aragón para que dicte las normas de carácter general y reglamentario necesarias para el desarrollo y aplicación de la Ley, se hace necesario establecer la normativa para regular la autorización de publicidad sanitaria en Aragón.

El procedimiento de elaboración de la presente disposición general se ha ajustado a los requisitos establecidos en el texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón, aprobado por Decreto Legislativo 1/2022, de 6 de abril, del Gobierno de Aragón, habiéndose efectuado el sometimiento del proyecto normativo a los trámites de audiencia e información pública y emitido los informes preceptivos de la Secretaría General Técnica del Departamento de Sanidad y de la Dirección General de Servicios Jurídicos, así como el dictamen preceptivo del Consejo Consultivo de Aragón.

En su tramitación se han respetado los principios de buena regulación contemplados en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, (en adelante, LPAP), y en el artículo 39 del texto refundido de la Ley del Presidente o Presidenta y del Gobierno de Aragón, como son los de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Sanidad, oído el Consejo Consultivo del Gobierno de Aragón, y previa deliberación del Gobierno de Aragón en su reunión del día 18 de octubre de 2024,



DISPONGO:

## CAPÍTULO I

### Disposiciones generales

#### Artículo 1. *Objeto.*

1. El presente Decreto tiene por objeto regular la publicidad sanitaria realizada tanto por los centros y servicios sanitarios como por los establecimientos sanitarios autorizados en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón, así como la participación de los Colegios Profesionales del ámbito sanitario en el procedimiento de autorización de dicha publicidad.

2. Asimismo, tiene por objeto regular las cuestiones concernientes a la inscripción y registro de las autorizaciones de publicidad sanitaria en el Registro de Publicidad Sanitaria regulado en los artículos 21 al 24 de este Decreto, así como la gestión del mismo.

#### Artículo 2. *Definición de publicidad sanitaria.*

A los efectos del presente Decreto, se entenderá por "Publicidad Sanitaria" toda forma de comunicación gráfica, sonora o audiovisual, dirigida al público en general, tendente a promover directa o indirectamente la contratación de actividades, productos o servicios prestados por profesionales de la salud, en centros, servicios y establecimientos sanitarios, en los términos recogidos por el Decreto 106/2004, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de centros y servicios sanitarios en Aragón y por el Decreto 24/2005, de 8 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de los establecimientos sanitarios dedicados a las actividades de óptica, ortopedia y audioprótesis en Aragón.

#### Artículo 3. *Principios informadores de la publicidad sanitaria.*

1. La publicidad sanitaria se regirá por los principios generales que han de regir toda actividad publicitaria y en concreto por los de objetividad, autenticidad y lealtad.

2. La información, promoción y publicidad, tanto si se dirige a los profesionales de la salud como a la población en general, se ajustará a criterios de veracidad y no inducirá a un consumo no responsable.

3. La oferta, promoción y publicidad de los productos, servicios o actividades se ajustarán a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad.

4. 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.

#### Artículo 4. *Ámbito de aplicación.*

1. El presente Decreto será de aplicación a la publicidad sanitaria objeto de regulación que se lleve a cabo en canales y medios de comunicación presentes o futuros, digitales y no digitales, por parte de los centros, servicios y establecimientos comprendidos en el ámbito subjetivo de este Decreto.

2. No será de aplicación este Decreto a las Oficinas de Farmacia y los Botiquines Farmacéuticos, en virtud de lo dispuesto en la Ley 4/1999, de 25 de marzo, de Ordenación Farmacéutica para Aragón.

3. Los medicamentos y productos sanitarios sólo podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en su normativa específica que los regulan.

#### Artículo 5. *Excepciones.*

Las campañas publicitarias autorizadas por el Ministerio de Sanidad podrán ser difundidas sin necesidad de autorización administrativa previa por el Gobierno de Aragón.

## CAPÍTULO II

### Comisión de Publicidad Sanitaria en Aragón

#### Artículo 6. *Comisión de Publicidad Sanitaria.*

La Comisión de Publicidad Sanitaria es un órgano administrativo de carácter consultivo dependiente del Departamento competente en materia de salud.



#### Artículo 7. *Composición.*

La Comisión de Publicidad Sanitaria estará integrada por las personas que ocupan los siguientes puestos:

- a) La persona titular de la Dirección General competente en materia de publicidad sanitaria, que actuará como Presidente.
- b) La persona titular de la Jefatura de Servicio con competencia en publicidad sanitaria, que actuará como Vicepresidente, sustituyendo al Presidente en caso de ausencia, vacante o enfermedad.
- c) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en publicidad sanitaria, que realizará funciones de Secretaría, sin voz, ni voto.
- d) Una persona funcionaria competente en materia de autorización de centros y servicios sanitarios de la Dirección General competente en publicidad sanitaria.
- e) Una persona funcionaria competente en materia de autorización de establecimientos sanitarios de la Dirección General competente en publicidad sanitaria.
- f) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en Consumo.
- g) Una persona funcionaria de la Dirección General competente en Salud Pública.
- h) Una persona representante de cada uno de los servicios provinciales competentes en materia de inspección y autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios.
- i) Una persona representante de cada uno de los Colegios Oficiales de las diferentes profesiones sanitarias establecidos en el ámbito de la Comunidad Autónoma. La persona titular del Departamento competente en materia de salud nombrará y removerá a los vocales a propuesta de los Colegios Profesionales. En el caso de existir varios Colegios oficiales de una determinada profesión sanitaria, su representante se distribuirá de forma rotatoria entre los diferentes Colegios.
- j) Una persona representante del Consejo Aragonés de Consumidores y Usuarios (CACU).

#### Artículo 8. *Régimen de funcionamiento.*

1. La Comisión de Publicidad Sanitaria se ajustará, en su funcionamiento, a lo dispuesto para los órganos colegiados en el capítulo II del título preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y del artículo 23 y siguientes de la Ley 5/2021, de 29 de junio, de Organización y Régimen Jurídico del Sector Público Autonómico de Aragón.

2. La Comisión se reunirá en sesión ordinaria obligatoriamente una vez al año y, en sesión extraordinaria, en cuantas ocasiones sean convocadas por su Presidente, ya sea por iniciativa propia, o ante el requerimiento de un asunto importante por parte de alguna de las personas integrantes de la Comisión, si el tema no se puede demorar hasta la siguiente reunión ordinaria.

#### Artículo 9. *Funciones.*

Corresponden a la Comisión de Publicidad Sanitaria las siguientes funciones:

- a) Proponer criterios generales de actuación encaminados a facilitar y homogeneizar las acciones de control, vigilancia y tramitación de solicitudes de autorización administrativa previa.
- b) Emitir informe previo en los procedimientos de revocación de las autorizaciones.
- c) Proporcionar asesoramiento técnico en las materias relativas al control y vigilancia de la publicidad sanitaria.
- d) Seguimiento de las actuaciones de control de la publicidad sanitaria.

### CAPÍTULO III

#### **Procedimiento de autorización de publicidad sanitaria**

#### Artículo 10. *Régimen de autorización.*

1. La publicidad sanitaria que se realice en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón por los centros, servicios y establecimientos definidos en el artículo 1, quedará sujeta a la autorización administrativa, control y vigilancia de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón.

2. Corresponde a la Dirección General competente en materia de publicidad sanitaria la autorización administrativa de aquellos mensajes publicitarios que, de manera total o parcial, tengan su ámbito de influencia en la Comunidad Autónoma de Aragón.



3. La tramitación se llevará a cabo a través del Servicio Provincial de Sanidad competente por razón del domicilio del anunciante o del ámbito territorial de la publicidad.

4. La autorización concedida tendrá validez y eficacia en todo el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón.

5. El solicitante será el titular del centro, servicio o establecimiento objeto de publicidad, ya sea persona jurídica o física o, cuando exista delegación expresa del titular, las agencias o medios de comunicación y/o publicidad.

#### Artículo 11. *Requisitos para obtener la autorización.*

1. Será requisito indispensable para obtener la autorización de publicidad sanitaria que el centro, servicio o establecimiento que se publicite esté autorizado para su funcionamiento conforme a la normativa correspondiente e inscrito en el Registro de Centros, Servicios y Establecimientos Sanitarios de Aragón.

2. No se podrán publicitar servicios que no consten como autorizados en la resolución de autorización de un centro, servicio o establecimiento sanitario.

#### Artículo 12. *Criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.*

Sin perjuicio del sometimiento a normas generales o a los criterios consensuados por la Comisión de Publicidad Sanitaria, la publicidad sanitaria definida en el artículo 2 de este Decreto deberá observar los siguientes criterios generales en la difusión de los mensajes:

1. Identificar con toda claridad, rigor y precisión, y de forma objetiva, la actividad, 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 producto, servicio o actividad sanitaria diferente a la realizada por el centro, servicio o establecimiento sanitario.

2. Utilizar textos claramente legibles, audibles y comprensibles en su integridad, evitando términos complejos que sugieran, de forma engañosa o exagerada, cualidades o propiedades no suficientemente demostradas o que puedan suponer confusión con otros productos, servicios o actividades. Deberá utilizarse una letra uniforme en todo el anuncio y quedará excluida la letra pequeña. En el caso de publicidad audiovisual, los contenidos deberán ser legibles y/o audibles en un tiempo ajustado para su comprensión.

3. 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.

4. No se podrán ofrecer productos, actividades o servicios a los que se les atribuya cualidades, características o resultados que difieran de los que realmente tengan o que de cualquier forma sean susceptibles de inducir a error a las personas a las que se dirige.

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

6. Deberán incluirse en los mensajes las advertencias y precauciones que sean necesarias para informar al destinatario de los efectos indeseables o riesgos derivados de la utilización normal del producto, actividad o servicio anunciado.

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

8. No podrán incluirse menciones a regalos, ofertas o ventajas en el precio que puedan incitar al usuario al consumo de esos productos, actividades o servicios publicitados por razones económicas.

9. Cualquier información sobre el precio y formas de pago (financiación) de un producto, actividad o servicio deberá hacer mención al precio final completo que comporta su aplicación o prestación, incluyendo impuestos. El precio final del producto, actividad o servicio publicitado deberá ser claro, no pudiéndose dar precios parciales o incompletos, ni ocultar gastos adicionales.

10. No podrán suscitar expectativas en términos de salud que no puedan ser satisfechas, quedando prohibida la mención a la garantía de por vida.

11. No podrán contener afirmaciones que no puedan ser probadas científicamente.

12. No podrán inducir al abandono de prescripciones o tratamientos preventivos o terapéuticos ni considerar como indiferente o negativo la consulta a otros profesionales sanitarios.

13. Efectos nocivos: Cuando las actividades de índole publicitaria reguladas por este Decreto, contengan referencias a la utilización de productos, deberán hacerse constar las con-



secuencias nocivas para la salud que puedan derivarse, en su caso, de la utilización normal de los mismos.

14. La publicidad no podrá incluir mensajes que:

- a) Atribuyan a la actividad sanitaria un carácter superfluo especialmente ofreciendo un diagnóstico o aconsejando un tratamiento por correspondencia o sin la intervención de un profesional sanitario competente en la materia.
- b) Sugieran que el resultado está asegurado, que carece de efectos secundarios o que es superior o igual al de otro tratamiento, técnica u otra actividad sanitaria.
- c) Se dirijan exclusivamente o principalmente a personas menores de edad.
- d) Equiparen la actividad sanitaria publicitada con un tratamiento estético o cualquier otro producto de consumo sin otorgarle la calidad de actividad sanitaria.
- e) Hagan referencia o contengan testimonios de curación o mejoría de la salud tras la asistencia recibida.
- f) Utilicen de forma abusiva, alarmante o engañosa representaciones visuales de las alteraciones del cuerpo humano producidas por enfermedades o lesiones.
- g) Tengan mensajes que incluyan alusiones a métodos, técnicas o actividades sanitarias que no tengan una base científica probada, o afirmaciones que no pueden ser probadas científicamente.
- h) Tengan mensajes que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.
- i) Hagan referencia a autoridades sanitarias o recomendaciones que hayan formulado científicos, profesionales de la salud u otras personas que puedan, debido a su notoriedad, incitar al consumo. Tampoco se podrá utilizar la imagen de profesionales sanitarios en dicha publicidad.
- j) Hagan referencia a la condición de “especialista” por parte del profesional sanitario si no tuviese la titulación oficial correspondiente.
- k) Utilicen símbolos identificativos o el nombre de cualquier autoridad sanitaria u organización colegial profesional.
- l) Utilicen símbolos, logos, rótulos o palabras identificativos de centros, servicios o establecimientos sanitarios debidamente autorizados que puedan inducir a error o confusión al consumidor o paciente sobre la verdadera naturaleza de la actividad sanitaria objeto de publicidad.

#### Artículo 13. *Solicitud de autorización.*

1. Será requisito indispensable para poder realizar la actividad de publicidad sanitaria la obtención de la correspondiente autorización administrativa previa.

2. Los anunciantes, o cuando exista delegación expresa, las agencias, al efecto, de publicidad, deberán solicitar la autorización administrativa, acompañando los textos, imágenes, modelos y demás datos que en cada caso se consideren oportunos.

3. Las solicitudes de autorización se dirigirán a la Dirección del Servicio Provincial de Sanidad competente.

4. Las solicitudes serán presentadas en dichos Servicios Provinciales o por cualquiera de los medios establecidos en el punto 4 del artículo 16 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y se podrán tramitar telemáticamente a través de: <https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/autorizacion-publicidad-sanitaria>.

5. Las solicitudes de autorización deberán ir acompañadas de los informes de los Colegios Profesionales relacionados con la materia de publicidad cuya solicitud haya sido instada, en los que se efectuará una valoración sobre su contenido, en especial sobre los contenidos del artículo 12 del presente Decreto. Estos informes serán preceptivos, pero no vinculantes.

#### Artículo 14. *Interesados.*

A los efectos de lo dispuesto en el artículo 13, los anunciantes, según la definición dada por el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que podrán actuar por sí o mediante representante, tendrán la condición de interesados.

#### Artículo 15. *Instrucción.*

1. Recibida la solicitud en el Servicio Provincial de Sanidad correspondiente, la Sección competente en autorización de centros y servicios sanitarios o de establecimientos sanitarios, estudiará la documentación aportada al objeto de comprobar si reúne los requisitos establecidos en este Decreto, en especial lo contenido en el artículo 11 del presente Decreto.

2. Si la documentación aportada no reuniera los requisitos establecidos en el articulado del presente Decreto, se requerirá al interesado para que, en un plazo no superior a diez días,



subsane la falta o acompañe los documentos exigidos, plazo que, cuando dicha aportación presente dificultades especiales, podrá ser ampliado hasta cinco días a petición del interesado o a iniciativa del responsable de la tramitación del expediente, con indicación de que, si así no lo hiciera se le tendrá por desistido en su petición, previa resolución dictada en los términos establecidos en el artículo 21 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas. En caso de que el interesado no aportara esta documentación en el plazo correspondiente, se procederá sin más trámite al archivo del expediente.

3. El órgano competente podrá, a la vista de los anuncios presentados, ordenar que se efectúen las comprobaciones que se estimen oportunas con el fin de verificar la autenticidad de lo expresado en ellos, en aras de garantizar la salud pública, así como, solicitar los informes complementarios que estime oportuno.

#### Artículo 16. *Resolución.*

1. La autorización se otorgará por la Dirección General competente en función de la observancia de los principios y reglas de competencia leal y veracidad, así como de los que se establezcan en la legislación general de sanidad y publicidad, de los criterios enunciados en el artículo 12 de este Decreto y en los criterios de aplicación establecidos y aprobados por la Comisión de Publicidad Sanitaria.

2. Será requisito imprescindible para otorgar la referida autorización que el mencionado centro, servicio o establecimiento sanitario disponga de las correspondientes autorizaciones administrativas y de instalación y funcionamiento, de acuerdo con lo establecido en el Decreto 106/2004, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de centros y servicios sanitarios en Aragón, y en el Decreto 24/2005, de 8 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento que regula la autorización de los establecimientos sanitarios dedicados a las actividades de óptica, ortopedia y audioprótesis en Aragón.

3. La denegación de solicitudes de autorización deberá ser motivada. El Director General competente notificará al solicitante de la autorización la concesión o denegación de la misma, así como el número de registro dado, en caso de otorgamiento.

4. Transcurrido el plazo de tres meses, contado a partir de la presentación de la solicitud de autorización, sin resolución expresa notificada al interesado, se entenderá estimada la misma por silencio administrativo. Sin perjuicio de la resolución tardía que se dicte, se procederá a la inscripción de oficio en el Registro de Publicidad Sanitaria.

#### Artículo 17. *Validez y resolución de las autorizaciones.*

1. Las autorizaciones de publicidad sanitaria 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.

2. En el caso de que se introduzcan cambios en el mensaje en los términos mencionados en el punto anterior, deberá solicitarse nuevamente la autorización administrativa.

3. De dicha modificación se realizará su correspondiente asiento marginal en el Registro de Publicidad Sanitaria, conforme a lo previsto en el artículo 21, siendo notificado de ello el interesado.

4. La Administración podrá revocar las autorizaciones administrativas de publicidad sanitaria concedidas, mediante procedimiento en el que se garantice la audiencia del interesado, previo informe de la Comisión de Publicidad Sanitaria, en los supuestos siguientes:

- a) Incumplimiento de las condiciones de la autorización administrativa.
- b) Desaparición de las circunstancias que motivaron su otorgamiento o sobrevenida de otras que, de haber existido, habrían justificado la denegación.
- c) Adopción, por razón de interés público, de nuevos criterios de apreciación.

#### Artículo 18. *Condiciones en la autorización.*

La Administración podrá condicionar la autorización a la introducción de leyendas en el mensaje publicitario que puedan ser aclaratorias para el consumidor.

#### Artículo 19. *Difusión y control.*

1. El ejercicio de las funciones de control de la publicidad sanitaria corresponderá a la Dirección General competente para su autorización.

2. Los medios de comunicación social que emitan o inserten publicidad y se ubiquen en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón no podrán incluir la publicidad sani-



taria que precise autorización a que se refiere este Decreto, si no va precedida de la correspondiente acreditación y autorización administrativa del Gobierno de Aragón, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5.

3. En toda publicidad sanitaria, deberá figurar la Identificación del Número de Registro de Publicidad Sanitaria concedida, siempre que el soporte lo permita.

4. La administración responsable del control en la Comunidad Autónoma facilitará la colaboración y cooperación con otras administraciones y autoridades sanitarias, quienes se deberán auxiliar mutuamente en el ejercicio de sus funciones de control e inspección, de manera que se garantice una protección real, homogénea, eficaz y efectiva a todos los consumidores y usuarios en relación con la publicidad sanitaria y los posibles efectos y consecuencias para la salud.

#### Artículo 20. *Recursos.*

1. Contra las resoluciones de la Dirección General competente cabrá interponer recurso de alzada, en el plazo de un mes desde su notificación, ante la persona titular del Departamento competente en materia de salud.

2. Las resoluciones de los recursos de alzada, que agotan la vía administrativa, podrán ser recurridas ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo en el plazo de dos meses desde su notificación.

### CAPÍTULO IV Registro de Publicidad Sanitaria

#### Artículo 21. *Objeto y naturaleza.*

1. Los anuncios y contenidos publicitarios autorizados, las incidencias que afecten a las mismas durante el tiempo de su vigencia, así como las bajas, serán objeto de inscripción en el Registro de Publicidad Sanitaria, con sede en la Dirección General competente en publicidad.

2. Serán objeto de inscripción en el Registro las autorizaciones administrativas de publicidad sanitaria, así como sus posibles revocaciones, incorporándose igualmente las inscripciones y anotaciones de los registros provinciales hasta ahora existentes.

3. El Registro será público.

#### Artículo 22. *Tipos de inscripciones.*

1. Las inscripciones a practicar podrán ser:

- a) De autorización. En las que deberá hacerse constar la fecha de solicitud de la autorización administrativa, así como la fecha de concesión y el número de registro de la misma.
- b) Marginales. Se hará constar cualquier tipo de incidencia que se considere de interés.
- c) De baja. Se fijará la fecha en la que finaliza la vigencia de la autorización otorgada, así como el motivo de esa finalización, incluyéndose igualmente las revocaciones.

2. Las citadas inscripciones se practicarán de oficio por el encargado del Registro.

#### Artículo 23. *Gestión del Registro.*

1. La Dirección General competente gestionará el Registro de Publicidad Sanitaria de Aragón. A este registro deberán poder acceder las unidades administrativas que intervienen en el proceso administrativo de autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios.

2. Los intervinientes en la gestión del Registro realizarán las siguientes funciones:

- a) Inscribir, con su correspondiente número de registro, las autorizaciones concedidas, así como las modificaciones, revocaciones y las bajas que en relación a las mismas se produzcan.
- b) Expedir certificaciones, comunicaciones o cualesquiera otros escritos que resulten necesarios con ocasión del ejercicio de las funciones que tiene encomendadas.
- c) Velar por el buen funcionamiento del Registro y custodiar adecuadamente los textos, datos, soportes electrónicos y demás materiales objeto de inscripción.
- d) Elaborar un Informe anual sobre el funcionamiento del Registro, que será publicado en el Portal de la Transparencia del Gobierno de Aragón.

#### Artículo 24. *Acceso al Registro de Publicidad Sanitaria.*

El acceso al Registro de Publicidad Sanitaria se solicitará por escrito y conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Eu-



ropeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, así como su normativa de desarrollo, así como a la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, y la Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón.

## CAPÍTULO V Procedimiento sancionador

### Artículo 25. *Sujetos responsables.*

A efectos de lo dispuesto en el presente Decreto, se considerarán responsables de la actividad publicitaria regulada en el mismo los anunciantes, las agencias de publicidad, en el caso de que exista delegación expresa del anunciante, así como las empresas titulares de los medios de comunicación social en los que se haya efectuado la misma, en cuanto a lo dispuesto en el artículo 19.2 de este Decreto.

### Artículo 26. *Suspensión de la actividad publicitaria.*

De conformidad con el artículo 37 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, la difusión de mensajes publicitarios a los que se refiere este Decreto, sin la previa autorización de publicidad sanitaria o con el incumplimiento de cualquiera de los requisitos contemplados en el mismo, podrá dar lugar a la suspensión de la actividad publicitaria hasta que se subsanen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos, no teniendo tal medida carácter de sanción.

### Artículo 27. *Infracciones y sanciones.*

1. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en este Decreto se sancionará, en su caso, de acuerdo con el régimen de infracciones de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, y en la Ley 6/2002, de 15 de abril, de Salud de Aragón, o en la Ley 16/2006, de 28 de diciembre, de Protección y Defensa de los Consumidores y Usuarios de Aragón, y en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que pudieran derivarse.

2. Las sanciones a imponer por incumplimiento de la normativa sanitaria son las establecidas en el capítulo VI del título I de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad y serán, en todo caso, independientes de las medidas de policía sanitaria que, en defensa de la salud pública, puedan adoptar las autoridades competentes. Todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que, en su caso, pudieran concurrir.

3. El procedimiento sancionador se instruirá conforme a lo establecido en el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora de la Comunidad Autónoma de Aragón, aprobado por el Decreto 28/2001, de 30 de enero, del Gobierno de Aragón, y de acuerdo con los principios por los que se rige la potestad sancionadora y el procedimiento sancionador, que a tal efecto se establecen en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

4. La competencia para imponer sanciones por infracciones tipificadas en las leyes en el ámbito de la publicidad sanitaria, se distribuirá de la siguiente forma:

- a) La persona titular de la Dirección General competente en materia de publicidad sanitaria del Departamento de Sanidad tendrá atribuida la competencia para imponer sanciones hasta 3.005,06 euros.
- b) La persona titular del Departamento de Sanidad, tendrá atribuida la competencia para imponer sanciones desde 3.005,07 hasta 15.025,30 euros.
- c) El Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de Aragón será competente para imponer sanciones cuando sobrepasen la cuantía de 15.025,31 euros inclusive.

5. Una vez incoado el procedimiento sancionador, el órgano competente para resolver podrá adoptar en cualquier momento, mediante acuerdo motivado, aquellas medidas de carácter provisional que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, la eficacia de la resolución que pudiera recaer o las exigencias derivadas de los intereses generales, así como para evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción. En caso de urgencia inaplazable, las medidas provisionales podrán ser adoptadas por el órgano competente para acordar el inicio del procedimiento o por su instructor.

6. Las medidas de carácter provisional que pueden adoptarse son las siguientes:

- a) La cesación de la publicidad.
- b) La clausura temporal, parcial o total, de las instalaciones o del establecimiento o servicio de que se trate.



- c) La suspensión temporal del título administrativo legitimador del ejercicio de la actividad.
- d) La adopción de medidas de corrección, seguridad o control que impidan la continuación en la producción del riesgo o del daño a la salud pública.
- e) Aquellas otras que se estimen necesarias para asegurar la efectividad de la resolución.

Disposición adicional primera. *Integración de los actuales registros provinciales.*

El Registro de Publicidad Sanitaria autonómico recogerá las anotaciones inscritas en los registros provinciales de publicidad sanitaria existentes en la actualidad. Se da un plazo de dos años para la adecuación de este nuevo registro a partir de la fecha de publicación de este Decreto.

Disposición adicional segunda. *Cambios normativos.*

Las referencias a normas legales y reglamentarias que se contienen en este Decreto se entenderán igualmente realizadas a las normas que vengan a sustituirlas.

Disposición transitoria primera. *Registros provinciales.*

Los tres registros provinciales de publicidad sanitaria mantendrán su actividad hasta el momento en que entre en funcionamiento efectivo el Registro de Publicidad Sanitaria autonómico.

Disposición transitoria segunda. *Procedimientos en tramitación.*

Los procedimientos que se encuentren en tramitación a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán de conformidad con la normativa vigente en el momento de su solicitud.

Disposición transitoria tercera. *Autorizaciones vigentes.*

Las autorizaciones de publicidad sanitaria otorgadas con anterioridad a entrada en vigor del presente Decreto tendrán una vigencia de tres años desde la fecha de otorgamiento, sin que les resulte de aplicación, al concluir dicho plazo, lo previsto en el artículo 17.1 de este Decreto, debiendo tramitar una nueva solicitud con sujeción a lo establecido en el presente Decreto.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogados el Decreto 240/2005, de 22 de noviembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la autorización de la Publicidad Sanitaria de la Comunidad Autónoma de Aragón, así como cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en este Decreto.

Disposición final primera. *Habilitación de desarrollo.*

Se faculta a la persona titular del Departamento de Sanidad para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución del presente Decreto.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial de Aragón".

Zaragoza, 18 de octubre de 2024.

**El Presidente del Gobierno de Aragón,  
JORGE AZCÓN NAVARRO**

**El Consejero de Sanidad,  
JOSÉ LUIS BANCALERO FLORES**