

# GUÍA SOBRE LA PUBLICIDAD SANITARIA

 COLEGIO OFICIAL DE ODONTÓLOGOS  
Y ESTOMATÓLOGOS DE ALAVA  
ARABAKO ODONTOLOGO ETA  
ESTOMATOLOGOEN ELKARGO OFIZIALA

09 OCT 2008

ENTRADA/SARRETA	IRIS/IRTELER
Nº 264 302	Nº 264



**GUÍA DE LA PUBLICIDAD SANITARIA**  
**(DECRETO 550/1991, DE 15 DE OCTUBRE)**

## 1. ¿QUÉ ES?

Aquella comunicación que tenga por objeto promover, directa o indirectamente, la contratación de materiales o productos sanitarios, aquéllos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de productos, bienes, actividades o servicios susceptibles de generar riesgos para la salud de las personas, o que tengan cualquier tipo de repercusión positiva o negativa sobre la salud humana.

## 2. ¿A QUÉ ÁMBITOS SE EXTIENDE?

La publicidad sanitaria realizada por:

- Centros sanitarios hospitalarios y extrahospitalarios
- Balnearios
- Laboratorios de análisis clínicos y Secciones de análisis clínicos en las oficinas de farmacia
- Oficinas de farmacia y botiquines
- Servicio de ambulancia y transporte sanitario
- Almacenes y distribuidores de productos farmacéuticos y zoonosanitarios
- Servicios sociales de base, servicios sociales residenciales para personas mayores y para personas afectas de distintas incapacidades
- Entidades de seguro libre de enfermedad
- Empresas de diagnóstico (chequeos, diagnóstico hematológico, embarazo, etc. ...)
- Ópticas y Secciones de Óptica en las oficinas de farmacia
- Empresas que proporcionen cualquier clase de tratamiento médico o paramédico, físico o psíquico
- Institutos de belleza, centros de bronceado, saunas y masajes
- Centros de tratamiento capilar
- Centros docentes o de divulgación de técnicas médicas o paramédicas
- Gabinetes ortopédicos y Secciones de Ortopedia en las oficinas de farmacia
- Centros de Podología

- Gabinetes de audioprótesis y laboratorios de prótesis dentales
- Centros o Unidades de los Servicios de prevención con actividades sanitarias.
- Profesionales de la sanidad:
  - Médicos
  - Odonto-Estomatólogos
  - Fisioterapeutas
  - Psicólogos clínicos
  - A.T.S. / D.U.E.
  - Farmacéuticos
  - Otros (especificar)

### 3. ¿CÓMO DEBE REALIZARSE?

La persona o entidad que desee hacer publicidad sanitaria, debe solicitar la autorización administrativa previa de publicidad sanitaria, rellenando el **formulario** específico para ello. Dicho formulario está dividido en las siguientes partes:

- I. **Datos del centro:** aquí se debe cumplimentar la información relativa a un centro concreto (Nombre Centro, Nombre apellidos del solicitante, DNI/CIF, Dirección, Teléfono, etc.)
- II. **Actividad que se declara:** hay que seleccionar del listado de actividades que se ha mencionado más arriba. En caso de no aparecer, elegir la opción "Otros", debiendo especificar a qué se dedica la empresa o la persona profesional.
- III. **Datos del responsable asistencial del centro:** si es centro **sanitario**, será siempre es un **profesional sanitario**, en donde se recogen los datos personales y profesionales del mismo (Nombre y apellidos, Titulación académica **oficial**, y en su caso, número de colegiado, etc.); en caso de ser centro **no sanitario**, los datos se referirán al gerente del mismo.
- IV. **Detalle de actividades que se realizan en el centro:** se puede optar por rellenar de forma exhaustiva (si hay algo específico) o incluir la expresión "las propias de..." (si es común a los centros que realizan la misma actividad).
- V. **Texto íntegro del mensaje publicitario:** se puede rellenar en el mismo formulario o se puede adjuntar en hoja aparte.

Da, asimismo, la opción de hacerlo a través de una Agencia Publicitaria.



Es la parte más importante, ya que el cometido principal de **Comisión de Control de la Publicidad Sanitaria** consiste en revisar las solicitudes de publicidad sanitaria, centrándose en que el texto propuesto se ajuste al **principio de veracidad**, proponiendo las modificaciones que estime pertinentes para tal fin, pudiendo incluso rechazarlo.

- VI. **Documentación a presentar:** Aquélla que es necesaria para la posterior Resolución de Autorización Administrativa de la Publicidad Sanitaria, sin cuya entrega en plazo provoca el **archivo del expediente**.

Aquí hay que diferenciar si el establecimiento es un **centro sanitario** o se trata de un **centro no sanitario**:

- Copia de las titulaciones oficiales del personal sanitario del Centro: tanto las nacionales como las extranjeras (siempre y cuando éstas últimas tengan la perceptiva homologación), si es un **centro sanitario**.
- Certificado actualizado de colegiación del personal sanitario del centro: sólo si es **centro sanitario**.
- Resguardo del pago de las tasas: aquí hay que diferenciar si es **autorización** o, por el contrario, es **renovación**.

#### \*AUTORIZACIÓN:

-Cuando se solicita autorización **por primera vez**.

-Cuando, a pesar de tener una autorización previa, han transcurrido más de **5 años** en que debía proceder a la renovación (es aconsejable que unos meses antes de que caduque la autorización se pongan en contacto para efectuar los trámites de dicha renovación).

#### \*RENOVACIÓN:

-Cuando se solicita la renovación **dentro del plazo**.

-Cuando, aun no transcurridos 5 años, hay una **modificación sustancial del texto**.

- Texto íntegro del anuncio a publicar: en todo anuncio debe aparecer, además del mensaje publicitario, la persona responsable asistencial del centro y su titulación; si es un centro no sanitario, debe reflejarse dicha



circunstancia. Además, debe estar redactado de manera que no induzca a error, en virtud de los principios de veracidad y de leal competencia.

- Copia de la resolución de autorización de apertura y funcionamiento del centro, conforme al Decreto 31/2006, de 21 de febrero (B.O.P.V. nº 52, de 15 marzo 2006); sólo si es **centro sanitario**,

Se trata de una autorización **sanitaria** del centro (NO CONFUNDIR CON LA LICENCIA MUNICIPAL).

Se debe solicitar:

- En el Departamento de Sanidad (Dirección de Planificación y Ordenación Sanitaria), o
- En cualquiera de las 3 Direcciones Territoriales.

- VII. Documentación que acompaña a esta solicitud: consiste en hacer una relación de la documentación que se aporta junto con la solicitud.

#### 4. FASES DEL PROCEDIMIENTO DE PUBLICIDAD SANITARIA

- I. Recepción de solicitudes: Una vez cumplimentado el formulario, junto con la documentación que le acompaña, debe ser dirigido al **DEPARTAMENTO DE SANIDAD, DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENACIÓN SANITARIA** C/ Donostia-San Sebastián, 1 01010 VITORIA-GASTEIZ.
- II. Comprobación de solicitudes: Tras la recepción de las solicitudes, se comprueba si el formulario está correctamente completado y, sobre todo, si se ha aportado o no toda la documentación requerida.
- III. Revisión de los textos publicitarios: Cada mes y medio (aprox.) se reúne la **Comisión de Control de la Publicidad Sanitaria**, formada por miembros del Gobierno Vasco, de Asociaciones de Consumidores y de los Colegios Profesionales.

La Comisión, de acuerdo con los textos presentados, propondrá:

- **Aprobar los textos en sus términos.**

- Aprobar los textos con modificaciones.
- Denegar los textos.

IV. **Resoluciones de publicidad:** Se tendrán en cuenta varias cosas (lo que se ha acordado en la Comisión o si la persona solicitante **no ha presentado toda la documentación en plazo**), siendo tales resoluciones de diferente clase:

- Las que autorizan la publicidad
- Las que deniegan la publicidad
- Las de archivo del expediente

V. **Recursos:** Contra las resoluciones anteriores, cabe recurso de alzada en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente al de recepción de la resolución ante el Viceconsejero de Sanidad o ante la Directora de Planificación y Ordenación Sanitaria.