



## **Proyecto de Decreto.....por el que se regula la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.**

El presente Decreto tiene por objeto 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 41/2003, de 2 de mayo.

Por una parte, la necesidad de llevar a cabo una nueva ordenación, viene dada por la experiencia obtenida con la aplicación del citado Decreto, lo que ha permitido diferenciar las diferentes acciones realizadas en el campo de la publicidad sanitaria y los modos en que se ha presentado, pudiendo así apreciar las dificultades o contratiempos surgidos en el ámbito publicitario.

Por otro lado, en los últimos años, las Administraciones Públicas han promovido de manera activa numerosas medidas de reforma y modernización de la propia Administración para garantizar a los ciudadanos la aplicación de unos principios de agilidad, simplificación, reducción de cargas administrativas y transparencia en las relaciones que aquellos deban mantener con las Administraciones Públicas, estas medidas han afectado de modo directo, tanto a las regulaciones sustantivas de numerosos ámbitos y sectores de actividad como a los mecanismos e instrumentos de relación entre ambos.

Así, tras la promulgación de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y la Ley 40/2015, de Régimen Jurídico del Sector Público, se han sentado las bases para adoptar unos 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.

Por todo ello, con esta nueva norma reglamentaria, la Consejería de Salud pretende sustituir la regulación que hasta ahora venía establecida en el mencionado Decreto 41/2003, actualizando la misma y velando porque dicha publicidad responda a criterios mínimos de objetividad, veracidad y licitud, teniendo en cuenta la incidencia que puede tener sobre la salud pública.

Desde el punto de vista material, la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad contempla y regula una serie de acciones y medidas de carácter preventivo con la finalidad de salvaguardar y proteger la salud individual y colectiva, si bien tales medidas deben modularse con la aplicación de los



principios de prudencia y proporcionalidad para procurar minimizar las restricciones y limitaciones a la libertad de empresa y de competencia.

De modo específico, en su artículo 27 establece que las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, realizarán un control de la publicidad y propaganda comerciales para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma con especial atención a la protección de la salud de la población más vulnerable; mientras que el artículo 30.1 prevé la inspección y control, no sólo de los centros y establecimientos sanitarios, sino también de las actividades de promoción y publicidad que lleven a cabo los mismos. Ello al margen de otra serie de peculiaridades relativas a la publicidad y promoción que en materia de medicamentos y productos sanitarios también se contemplan en la legislación sanitaria.

Por otra parte, y también en el marco de la legislación básica del Estado, el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, regula la publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria en el ámbito estatal y establece en su artículo 6, que la publicidad y la información de los centros y establecimientos sanitarios, así como de los servicios y prestaciones que realizan deberá ajustarse al contenido de la autorización sanitaria de tales centros o establecimientos. Cualquier otro tipo de publicidad de tales centros, servicios o establecimientos requerirá la autorización previa y expresa de las autoridades sanitarias.

El Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios que, con carácter de norma básica, regula las bases del procedimiento de autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios, establece en su artículo 6.2. que sólo los centros, servicios y establecimientos sanitarios autorizados podrán utilizar en su publicidad, sin que induzca a error, términos que sugieran la realización de cualquier tipo de actividad sanitaria, limitándose aquella a los servicios y actividades para los que cuenten con autorización, debiendo consignar en dicha publicidad el número de registro otorgado por la autoridad sanitaria de la correspondiente comunidad autónoma, al concederle la autorización sanitaria de funcionamiento o la autorización específica de publicidad sanitaria.

De conformidad con lo anterior, en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el Decreto 73/2004, de 2 de julio, por el que se regula el procedimiento



de autorización sanitaria de los centros, establecimientos y servicios sanitarios y el registro de recursos sanitarios regionales, dispone en su artículo 5, que sólo los centros, establecimientos y servicios sanitarios autorizados podrán utilizar en su publicidad, sin que induzca a error, términos que sugieran la realización de cualquier tipo de actividad sanitaria, limitándose ésta a los servicios y actividades para los que cuenten con autorización, debiendo consignarse en dicha publicidad, el número de registro otorgado por la Autoridad Sanitaria de funcionamiento o la autorización específica de publicidad sanitaria.

Por su parte, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad recoge, de modo generalista, la regulación básica aplicable con carácter general a las actividades publicitarias de cualquier índole y también contempla en su articulado, un tratamiento específico y particularizado de la publicidad en el ámbito de la salud, con finalidad preventiva y para minimizar los riesgos para la salud de los ciudadanos, determinando incluso la necesidad de que esté sometida al régimen de autorización administrativa previa, tal y como hace en su artículo 5.

En nuestra Comunidad Autónoma, el desarrollo reglamentario específico de estas previsiones estatales en relación con las actividades sanitarias, fue establecido en el citado Decreto 41/2003, que estableció para el ámbito territorial de la Región de Murcia, tanto los requisitos y condiciones generales exigibles a los mensajes publicitarios relacionados con la sanidad o salud, como el procedimiento aplicable para la obtención de la autorización sanitaria previa de estas actividades publicitarias, regulación, que como se ha expuesto anteriormente, necesita una nueva ordenación más actualizada.

La competencia que en la materia tiene esta Comunidad Autónoma se sustenta en lo dispuesto en el Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, en su redacción dada por la Ley Orgánica 1/1998, de 15 de junio, tanto por el artículo 11.1 que, en el marco de la legislación básica del Estado, atribuye a la Comunidad Autónoma el desarrollo legislativo y ejecución en materia de sanidad e higiene. También reseñar que en el proyecto se hace una breve mención a la materia de defensa del consumidor y usuario sustentada en lo dispuesto en el artículo 11.7 del Estatuto de Autonomía, 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.

En el procedimiento de elaboración, además de efectuar el trámite de consulta pública previa y de audiencia a entidades u organizaciones reconocidas



por ley cuyos derechos o intereses legítimos se vieran afectados por la norma, también se ha recabado el informe preceptivo de los órganos consultivos correspondientes.

Por consiguiente, de acuerdo con todo lo anterior, la disposición normativa está justificada por razones de interés general, se identifica con los fines perseguidos y es el instrumento más adecuado para conseguir su objetivo, por lo que cumple con los principios de necesidad y eficacia. Además, en virtud del principio de proporcionalidad contiene la regulación imprescindible para atender la necesidad a cubrir con la norma, ejerciéndose de manera coherente con el resto del ordenamiento jurídico, nacional y autonómico.

En virtud de lo expuesto, en ejercicio de las competencias atribuidas estatutariamente a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y en atención a lo establecido en la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, a propuesta del Consejero de Salud, de acuerdo con el Consejo Jurídico de la Región de Murcia y previa deliberación del Consejo de Gobierno en reunión celebrada en fecha...

DISPONGO:

## CAPÍTULO I

### Disposiciones generales

#### **Artículo 1. Objeto.**

1. Es objeto del presente decreto la regulación de la publicidad sanitaria que, respecto a los centros, servicios y establecimientos sanitarios, se realice en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así como de 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 el artículo 11 de este decreto, así como la gestión del mismo.

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

1. A los efectos de este decreto se entiende por publicidad sanitaria toda forma de comunicación gráfica, sonora o audiovisual, efectuada por cualquier medio o soporte, por personas físicas o jurídicas dirigida a promover directa o indirectamente la contratación de actividades, productos o servicios prestados por centros, servicios o establecimientos sanitarios de la Región de Murcia,



relacionada con los riesgos para la salud o que tengan cualquier tipo de repercusión positiva o negativa para la salud humana o que impliquen perjuicios para el restablecimiento o reparación de la salud humana.

2. 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.

3. 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.

## CAPÍTULO II

### Autorización administrativa previa

#### **Artículo 3. *Autorización administrativa previa de publicidad sanitaria.***

1. Todas las formas de publicidad sanitaria a que se refiere el artículo 2 de este decreto deberán obtener por la Consejería de Salud, autorización administrativa previa de publicidad sanitaria.

2. Estará exenta de obtener dicha autorización la publicidad sanitaria realizada de modo institucional por cualquier órgano de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, de los organismos públicos vinculados o dependientes de ellas o del sector público institucional autonómico o por los Colegios Profesionales del ámbito sanitario.

#### **Artículo 4. *Requisitos para obtener la autorización.***

Será requisito indispensable para obtener la autorización de publicidad sanitaria, que el servicio o actividad esté desarrollado por un centro o establecimiento inscrito en el Registro de Recursos Sanitarios Regionales, o autorizados en los homólogos de otras Comunidades Autónomas o en la Administración del Estado.

#### **Artículo 5. *Criterios para la difusión de los mensajes publicitarios.***

Sin perjuicio del sometimiento a normas generales o específicas, la publicidad sanitaria definida en el artículo 2 de este decreto deberá observar los siguientes criterios en la difusión de los mensajes:



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.

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. Deberá utilizarse una letra uniforme en todo el anuncio y quedará excluida la letra pequeña.

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, bienes 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, bienes o servicios de otros competidores.

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

7. 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.

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

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

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

11. La publicidad que realicen centros que impartan cursos de formación o 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 formativa no habilita para ejercer profesión sanitaria alguna y que carece de validez académica oficial.

12. Se deberá adecuar el mensaje publicitario a lo establecido en los artículos 4, 5, 6 y 7 del Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, y en su caso, a otra normativa básica que resulte aplicable.

13. Identificación del Número de Registro de Publicidad Sanitaria.

#### **Artículo 6. *Solicitud.***

1. Aquellas personas físicas o jurídicas interesadas en realizar publicidad sanitaria deberán solicitar previamente autorización administrativa 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.

#### **Artículo 7. *Interesados.***

Podrán solicitar la autorización de publicidad sanitaria tanto los anunciantes, como las agencias de publicidad y medios de publicidad en representación de los interesados.

#### **Artículo 8. *Informes.***

Presentada la solicitud y documentación correspondiente, y una vez comprobado el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 4, será remitida al Colegio Profesional en el que esté colegiado el responsable sanitario del centro, servicio o establecimiento sanitario que figure en el Registro de Recursos Sanitarios Regionales, a fin de que emita Informe acerca del cumplimiento de los criterios señalados en el artículo 5, en el plazo máximo de 10 días.

#### **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.

#### **Artículo 10. *Vigencia.***

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. 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.



3. 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.

### CAPÍTULO III Registro de Publicidad Sanitaria

#### **Artículo 11. Registro de Publicidad Sanitaria.**

1. Serán objeto de inscripción en el Registro de Publicidad Sanitaria, las autorizaciones administrativas 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 a la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano como órgano directivo competente en materia de autorización y registro de centros, servicios y establecimientos sanitarios.

#### **Artículo 12. Tipos de inscripciones.**

Existirán los siguientes tipos de asientos registrales:

- a) De autorización en donde constará la fecha de solicitud de autorización, el solicitante de la misma, así como el número de registro de la autorización concedida.
- b) Marginales: en donde se hará constar cualquier tipo de incidencia o modificación.
- c) De baja: en donde que se anotará la fecha de finalización o cese de la actividad publicitaria o, en su caso, de revocación de la autorización concedida.

#### **Artículo 13. Gestión del Registro.**

La unidad administrativa encargada del Registro de Recursos Sanitarios Regionales, será la responsable de la gestión del Registro de Publicidad Sanitaria, siendo competente para el ejercicio de las siguientes funciones:



- 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.
- 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 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.

#### **Artículo 14. *Número de Registro de Publicidad Sanitaria.***

En la emisión de los mensajes publicitarios sujetos al presente decreto será siempre visible el número de registro asignado mediante la inscripción "Número de Registro de Publicidad Sanitaria: (...)"

### CAPÍTULO IV Régimen sancionador

#### **Artículo 15. *Suspensión de la actividad publicitaria.***

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 16. *Infracciones y sanciones.***

1. Sin perjuicio de las competencias generales que tenga atribuidas el órgano competente en materia de publicidad y defensa de los consumidores y usuarios, y del correspondiente régimen sancionador que en este ámbito resulte aplicable, y conforme a lo establecido en el artículo 5.6 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, el incumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente decreto tendrán la consideración de infracción sanitaria a los efectos previstos en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, quedando el régimen de infracciones del siguiente modo:



a) Tendrán la consideración de infracciones leves, en atención a lo dispuesto en el artículo 35.A) de la citada Ley 14/1986, las infracciones de formalidades o trámites administrativos, sin trascendencia directa para los usuarios de los centros, servicios o establecimientos sanitarios, de las que no se derive peligro o daño alguno para la salud individual o colectiva, y, en general, todas aquellas que no se tipifiquen como infracciones graves o muy graves.

b) Tendrán la consideración de infracciones graves, en atención a lo dispuesto en el artículo 35.B) de dicha Ley 14/1986, el incumplimiento de los requerimientos específicos que formulen las autoridades sanitarias, siempre que se produzcan por primera vez, y todas las infracciones que constituyan un riesgo, o que tengan como consecuencia un daño directo para la salud de alguna persona.

c) Tendrán la consideración de infracciones muy graves, en atención a lo dispuesto en el artículo 35.C) de la Ley 14/1986, las infracciones que, realizadas de forma consciente y deliberada, produzcan un daño grave a los usuarios, así como el incumplimiento reiterado de los requerimientos exigidos por las autoridades sanitarias y la publicidad de los remedios secretos.

En su caso, el expediente se instruirá 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.

2. Las sanciones que se impongan por incumplimiento de la normativa sanitaria 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. A los efectos de lo dispuesto en este artículo serán responsables de la publicidad sanitaria, tanto los anunciantes, como las agencias de publicidad y medios de publicidad en representación de los interesados, determinándose en cada caso concreto según el tipo de infracción cometida.

4. Los órganos competentes para imponer sanciones por infracciones de naturaleza sanitaria, son:

a) La persona titular de la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano tendrá atribuida la competencia para imponer sanciones hasta 3.005'06 euros.



- b) La persona titular de la Consejería de Salud, 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 la Región de Murcia será competente para imponer sanciones cuando sobrepasen la cuantía de 15.025'30 euros.

#### **Disposición adicional primera. *Regímenes especiales de publicidad.***

La publicidad de los establecimientos y servicios de atención farmacéutica regulados en el art. 4 de la Ley 3/1997, de 28 de mayo, de Ordenación Farmacéutica de la Región de Murcia, los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, se regulará por las normas especiales que resulten de aplicación.

#### **Disposición adicional segunda. *Delegación de competencias.***

Se faculta al Consejero de Salud para delegar, mediante Orden, en los respectivos Colegios Profesionales, el ejercicio de la competencia relativa a la propuesta de autorización a que se refiere el artículo 9 del presente decreto, de conformidad con el artículo 9 y siguientes de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

#### **Disposición adicional tercera. *Órganos competentes.***

Cualquier mención que en el presente decreto se haga a la Consejería de Salud y a la Dirección General de Planificación, Investigación, Farmacia y Atención al Ciudadano, se entenderán referidas, respectivamente, a la Consejería que tenga atribuida la competencia en materia de sanidad así como al órgano directivo que ostente la competencia en materia de autorización y registro de centros, servicios y establecimientos sanitarios.

#### **Disposición transitoria única. *Régimen transitorio.***

1. Los procedimientos en materia de publicidad sanitaria que se encuentren en tramitación a la entrada en vigor de este Decreto, se someterán a las prescripciones establecidas en él.
2. A las autorizaciones administrativas de publicidades sanitarias 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.



**Región de Murcia**  
Consejería de Salud

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

**Disposición derogatoria. *Derogación normativa.***

A la entrada en vigor de este decreto, quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en él y, en particular, el Decreto 41/2003, de 2 de mayo, por el que se regula la publicidad sanitaria en la Región de Murcia.

**Disposición final única. *Entrada en vigor.***

El presente Decreto entrará en vigor al mes de su publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.

Murcia, -- de ----- de dos mil veinte

**EL PRESIDENTE**

**EL CONSEJERO DE SALUD**