Códigos electrónicos

Código de Derecho de la Publicidad

Selección y ordenación:

Alfonso Martínez-Echevarría y García de Dueñas
Catedrático de Derecho Mercantil
Director de la Cátedra de Derecho de los Mercados Financieros
Universidad CEU San Pablo

Georgina Álvarez Martínez
Profesora Doctora de Derecho Mercantil
Investigadora de la Cátedra de Derecho de los Mercados Financieros

Edición actualizada a 29 de julio de 2025

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

La última versión de este Código en PDF y ePUB está disponible para su descarga **gratuita** en:
www.boe.es/biblioteca_juridica/

Alertas de actualización en Mi BOE: www.boe.es/mi_boe/

Para adquirir el Código en formato papel: tienda.boe.es

Esta obra está sujeta a licencia Creative Commons de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional, (CC BY-NC-ND 4.0).

© Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado
NIPO (PDF): 786-17-138-3
NIPO (Papel): 786-17-137-8
NIPO (ePUB): 786-17-139-9
ISBN: 978-84-340-2439-7
Depósito Legal: M-29602-2017

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado
cpage.mpr.gob.es

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado
Avenida de Manoteras, 54
28050 MADRID
www.boe.es

SUMARIO

1. RÉGIMEN GENERAL

§ 1. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad 1

1.1 PRINCIPIOS ORIENTADORES Y LÍMITES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

§ 2. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico 9

§ 3. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. [Inclusión parcial] 42

§ 4. Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. [Inclusión parcial] 47

1.2. PUBLICIDAD CONTRARIA AL ORDEN CONSTITUCIONAL

§ 5. Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. [Inclusión parcial] 73

§ 6. Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. [Inclusión parcial] 76

2. SUJETOS DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

§ 7. Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio 80

§ 8. Decreto 466/1972, de 17 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad 103

3. RÉGIMEN ESPECÍFICO DE LA PUBLICIDAD PARA ALGUNOS SECTORES DE ACTIVIDAD

3.1. PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS BANCARIOS Y FINANCIEROS

§ 9. Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito. [Inclusión parcial] 109

§ 10. Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo. [Inclusión parcial] 112

§ 11. Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito. [Inclusión parcial] 117

§ 12. Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios. [Inclusión parcial] 122

§ 13. Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios 126

§ 14. Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión 131

§ 15. Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios 137

3.2 PUBLICIDAD Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA SALUD

§ 16. Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco 156

§ 17. Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública 175

§ 18. Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios. [Inclusión parcial] 207

§ 19. Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial] 226

§ 20. Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial] 229

§ 21. Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria 233

§ 22. Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano 238

§ 23. Real Decreto 318/2016, de 5 de agosto, por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos 250

3.3. PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

§ 24. Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. [Inclusión parcial] 261

§ 25. Real Decreto 66/2015, de 6 de febrero, por el que se regula el régimen de controles a aplicar por la Agencia de Información y Control Alimentarios, previstos en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria 265

§ 26. Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios 278

§ 27. Real Decreto 227/2014, de 4 de abril, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios 293

§ 28. Real Decreto 781/2013, de 11 de octubre, por el que se establecen normas relativas a la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana 301

3.4. PUBLICIDAD ELECTORAL

§ 29. Ley Orgánica 14/1995, de 22 de diciembre, de publicidad electoral en emisoras de televisión local por ondas terrestres 309

§ 30. Ley Orgánica 10/1991, de 8 de abril, de publicidad electoral en emisoras municipales de radiodifusión sonora 311

3.5. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

§ 31. Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional 313

§ 32. Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado 319

3.6. PUBLICIDAD DE LOS CENTROS DOCENTES NO ESTATALES

§ 33. Real Decreto 401/1979, de 13 de febrero, por el que se regulan las denominaciones y la publicidad de los Centros docentes no estatales 324

4. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y RADIODIFUSIÓN

§ 34. Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual 329

§ 35. Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se regula el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas 419

§ 36. Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad 440

§ 37. Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva 456

§ 38. Resolución de 13 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 10 de junio de 2011 por el que se aprueba el plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre 465

ÍNDICE SISTEMÁTICO

1. RÉGIMEN GENERAL

§ 1. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. 1

Preámbulo 1
TÍTULO I. Disposiciones generales 2
TÍTULO II. De la publicidad ilícita y de las acciones para hacerla cesar 2
TÍTULO III. De la contratación publicitaria 5
CAPÍTULO I. Disposiciones generales 5
CAPÍTULO II. De los contratos publicitarios 6
Sección 1.ª Contrato de publicidad 6
Sección 2.ª Contrato de difusión publicitaria 6
Sección 3.ª Contrato de creación publicitaria 7
Sección 4.ª Contrato de patrocinio 7
TÍTULO IV. De la acción de cesación y rectificación y de los procedimientos 7
DISPOSICIÓN ADICIONAL 7
DISPOSICIÓN TRANSITORIA 7
DISPOSICIÓN DEROGATORIA. 8

1.1 PRINCIPIOS ORIENTADORES Y LÍMITES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

§ 2. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico 9

Preámbulo 9
TÍTULO I. Disposiciones generales 12
CAPÍTULO I. Objeto 12
CAPÍTULO II. Ámbito de aplicación 12
TÍTULO II. Prestación de servicios de la sociedad de la información 14
CAPÍTULO I. Principio de libre prestación de servicios 14
CAPÍTULO II. Obligaciones y régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información 15
Sección 1.ª Obligaciones 15
Sección 2.ª Régimen de responsabilidad 18
CAPÍTULO III. Códigos de conducta. 20
TÍTULO III. Comunicaciones comerciales por vía electrónica 20
TÍTULO IV. Contratación por vía electrónica. 22
TÍTULO V. Solución judicial y extrajudicial de conflictos 24
CAPÍTULO I. Acción de cesación. 24
CAPÍTULO II. Solución extrajudicial de conflictos. 24
TÍTULO VI. Información y control 25
TÍTULO VII. Infracciones y sanciones. 27
Disposiciones adicionales 32
Disposiciones transitorias 37
Disposiciones finales 37
ANEXO. Definiciones 40

§ 3. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. [Inclusión parcial] 42

CAPÍTULO I. Disposiciones generales 42
CAPÍTULO II. Actos de competencia desleal 42

CAPÍTULO III. Prácticas comerciales con los consumidores o usuarios . . . 43
CAPÍTULO IV. Acciones derivadas de la competencia desleal . . . 44

[. . .]

§ 4. Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. [Inclusión parcial] . . . 47

LIBRO PRIMERO. Disposiciones generales . . . 47
TÍTULO I. Ámbito de aplicación y derechos básicos de los consumidores y usuarios . . . 47

[. . .]

CAPÍTULO II. Derechos básicos de los consumidores y usuarios . . . 47
CAPÍTULO III. Protección de la salud y seguridad . . . 48
CAPÍTULO IV. Derecho a la información, formación y educación . . . 49
CAPÍTULO V. Protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios . . . 50

[. . .]

TÍTULO IV. Potestad sancionadora . . . 54
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 54

[. . .]

CAPÍTULO III. Régimen de competencias y puntos de enlace . . . 59
TÍTULO V. Procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de los consumidores y usuarios . . . 61

[. . .]

CAPÍTULO II. Sistema Arbitral del Consumo . . . 61
LIBRO SEGUNDO. Contratos y garantías . . . 62
TÍTULO I. Contratos con los consumidores y usuarios . . . 62
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 62

[. . .]

TÍTULO III. Contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil . . . 66
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 66

[. . .]

TÍTULO IV. Garantías y servicios posventa . . . 68
CAPÍTULO I. Disposiciones generales sobre garantía . . . 69
CAPÍTULO II. Responsabilidad del empresario y derechos del consumidor y usuario . . . 72

[. . .]

1.2. PUBLICIDAD CONTRARIA AL ORDEN CONSTITUCIONAL

§ 5. Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. [Inclusión parcial]. . . . 73

TÍTULO PRELIMINAR . . . 73
TÍTULO I. Medidas de sensibilización, prevención y detección . . . 74

[. . .]

CAPÍTULO II. En el ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación . . . 74

[. . .]

§ 6. Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. [Inclusión parcial] . . . 76

TÍTULO I. De los derechos y deberes de los menores . . . 76
CAPÍTULO I. Ámbito e interés superior del menor . . . 76
CAPÍTULO II. Derechos del menor . . . 78

[. . .]

2. SUJETOS DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

§ 7. Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio . . . 80

Preámbulo . . . 80
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 85
CAPÍTULO II. Libertad de establecimiento de los prestadores de servicios . . . 88
CAPITULO III. Libre prestación de servicios para prestadores de otro Estado miembro . . . 91
CAPITULO IV. Simplificación administrativa . . . 93
CAPITULO V. Política de calidad de los servicios . . . 95
CAPITULO VI. Cooperación administrativa para el control efectivo de los prestadores . . . 98
Disposiciones adicionales . . . 99
Disposiciones transitorias . . . 101
Disposiciones derogatorias . . . 101
Disposiciones finales . . . 101

§ 8. Decreto 466/1972, de 17 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad . . . 103

Preámbulo . . . 103
Artículos . . . 103
ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS AGENTES DE PUBLICIDAD . . . 104
CAPÍTULO I. De la actividad profesional y requisitos para su ejercicio . . . 104
CAPÍTULO II. Del contrato de mediación o comisión publicitaria . . . 105
CAPÍTULO III. De la jurisdicción competente . . . 107
Disposiciones finales . . . 107
Disposiciones transitorias . . . 108

3. RÉGIMEN ESPECÍFICO DE LA PUBLICIDAD PARA ALGUNOS SECTORES DE ACTIVIDAD

3.1. PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS BANCARIOS Y FINANCIEROS

§ 9. Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito. [Inclusión parcial] . . . 109

TÍTULO I. De las entidades de crédito . . . 109
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 109

[. . .]

§ 10. Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo. [Inclusión parcial] . . . 112

CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 112
CAPÍTULO II. Información y actuaciones previas a la celebración del contrato de crédito . . . 114

[. . .]

CAPÍTULO VI. Intermediarios de crédito . . . 114
CAPÍTULO VII. Régimen sancionador . . . 115
CAPÍTULO VIII. Régimen de impugnaciones . . . 115

§ 11. Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito. [Inclusión parcial] . . . 117

CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 117
CAPÍTULO II. Actividad de contratación de préstamos o créditos hipotecarios . . . 119
CAPÍTULO III. Actividad de intermediación . . . 120

Disposiciones transitorias 121

§ 12. Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios. [Inclusión parcial] 122

TÍTULO I. Disposiciones generales 122
TÍTULO II. Depósitos 123

[. . .]

ANEXO II. Ficha de advertencias estandarizadas (FiAE). 123

[. . .]

§ 13. Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios 126

Preámbulo 126
Artículos 127
Disposiciones derogatorias 130
Disposiciones adicionales 130
Disposiciones finales 130

§ 14. Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión 131

Preámbulo 131
Artículos 133
Disposiciones derogatorias 135
Disposiciones finales 135

§ 15. Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios 137

Preámbulo 137
CAPÍTULO I. Disposiciones generales 140
CAPÍTULO II. Control de la publicidad. 142
CAPÍTULO III. Supervisión de la actividad publicitaria. 145
Disposiciones adicionales 146
Disposiciones transitorias 146
Disposiciones derogatorias 146
Disposiciones finales 147
ANEJO. Principios y criterios a los que debe ajustarse la actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios 148

3.2 PUBLICIDAD Y ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA SALUD

§ 16. Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco 156

Preámbulo 156
CAPÍTULO I. Disposiciones generales 160
CAPÍTULO II. Limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco 161
CAPÍTULO III. Regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco. 163
CAPÍTULO IV. Medidas de prevención del tabaquismo, de promoción de la salud y de facilitación de la deshabituación tabáquica. 165
CAPÍTULO V. Régimen de infracciones y sanciones 166
Disposiciones adicionales 170
Disposiciones transitorias 173
Disposiciones derogatorias 173
Disposiciones finales 174

§ 17. Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública 175

Preámbulo 175
TÍTULO PRELIMINAR. Disposiciones generales. La política de salud pública 181
CAPÍTULO I. Del objeto y ámbito de la ley 181
CAPÍTULO II. Principios generales de la salud pública 181
TÍTULO I. Derechos, deberes y obligaciones en salud pública 182
CAPÍTULO I. Derechos de los ciudadanos 182
CAPÍTULO II. Deberes de los ciudadanos 183
CAPÍTULO III. Obligaciones de las Administraciones públicas 183
TÍTULO II. Actuaciones de salud pública 184
CAPÍTULO I. La vigilancia en salud pública 184
CAPÍTULO II. Promoción de la salud 186
CAPÍTULO III. Prevención de problemas de salud y sus determinantes 187
CAPÍTULO IV. La coordinación de la promoción de la salud y la prevención de enfermedades y lesiones en el Sistema Nacional de Salud 188
CAPÍTULO V. La gestión sanitaria como acción de salud pública 189
CAPÍTULO VI. Protección de la salud de la población 190
CAPÍTULO VII. Evaluación del impacto en salud de otras políticas 192
CAPÍTULO VIII. Sanidad exterior y salud internacional 192
CAPÍTULO IX. Sistema de Información en Salud Pública 194
TÍTULO III. La planificación y coordinación de la salud pública 195
TÍTULO IV. El personal profesional y la investigación en salud pública 196
CAPÍTULO I. Formación y desarrollo profesional en salud pública 196
CAPÍTULO II. La investigación en el desarrollo de las políticas de salud pública 196
TÍTULO V. La autoridad sanitaria estatal, vigilancia y control 197
CAPÍTULO I. Autoridad sanitaria estatal 197
CAPÍTULO II. Medidas especiales y cautelares 198
TÍTULO VI. Infracciones y sanciones 198
Disposiciones adicionales 200
Disposiciones derogatorias 204
Disposiciones finales 204

§ 18. Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios. [Inclusión parcial] 207

TÍTULO PRELIMINAR. Disposiciones generales 207

[. . .]

TÍTULO II. De los medicamentos 209

[. . .]

CAPÍTULO II. De las garantías exigibles a los medicamentos de uso humano elaborados industrialmente y de las condiciones de prescripción y dispensación de los mismos 209
CAPÍTULO III. De las garantías exigibles a los medicamentos veterinarios elaborados industrialmente y de las condiciones de prescripción y dispensación de los mismos 211

[. . .]

CAPÍTULO V. De las garantías sanitarias de los medicamentos especiales 213

[. . .]

TÍTULO VII. Del uso racional de los medicamentos de uso humano 213
CAPÍTULO I. De las garantías de formación e información independiente y de calidad para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios 213

[. . .]

TÍTULO IX. Régimen sancionador 215
CAPÍTULO I. Inspección y medidas cautelares 215
CAPÍTULO II. Infracciones y sanciones 216
TÍTULO X. De la acción de cesación 224

[. . .]

Disposiciones adicionales 225

§ 19. Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial] 226

[. . .]

CAPÍTULO XI. Publicidad y exhibiciones 226

[. . .]

§ 20. Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial] 229

CAPÍTULO I. Disposiciones generales 229

[. . .]

CAPÍTULO V. Comercialización y puesta en servicio 230

[. . .]

Disposiciones derogatorias 231

§ 21. Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria 233

Preámbulo 233
Artículos 234
Disposiciones adicionales 237
Disposiciones derogatorias 237
Disposiciones finales 237

§ 22. Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano 238

Preámbulo 238
CAPÍTULO I. Disposiciones generales 239
CAPITULO II. Publicidad destinada al público 240
CAPITULO III. Publicidad dirigida a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos 242
Sección 1.ª Principios generales 242
Sección 2.ª Información técnica del medicamento 242
Sección 3.ª Publicidad documental 243
Sección 4.ª Muestras gratuitas 244
Sección 5.ª Otros medios de publicidad 244
CAPÍTULO IV. Obligaciones del titular de la autorización sanitaria del medicamento en relación con la publicidad 245
CAPÍTULO V. Control de la publicidad 246
Sección 1.ª Control de la publicidad dirigida al publico 246
Sección 2.ª Control de la publicidad dirigida a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos 247
Sección 3.ª Inspección y sanciones 248
Disposiciones adicionales 248
Disposiciones transitorias 249
Disposiciones derogatorias 249
Disposiciones finales 249

§ 23. Real Decreto 318/2016, de 5 de agosto, por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos 250

Preámbulo 250
Artículos 251
Disposiciones adicionales 255
Disposiciones derogatorias 255
Disposiciones finales 255

ANEXO I 256
ANEXO II 257
ANEXO III 258
ANEXO IV 259
ANEXO V 260

3.3. PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

§ 24. Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. [Inclusión parcial] 261

TÍTULO I. Disposiciones generales 261
TÍTULO II. Régimen de contratación y prácticas comerciales desleales 263

[. . .]

§ 25. Real Decreto 66/2015, de 6 de febrero, por el que se regula el régimen de controles a aplicar por la Agencia de Información y Control Alimentarios, previstos en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria 265

Preámbulo 265
CAPÍTULO I. Objeto y ámbito de los controles de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, por la Agencia de Información y Control Alimentarios 267
CAPÍTULO II. Los Servicios de Inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios 268
CAPÍTULO III. Actuaciones de la Agencia de Información y Control Alimentarios 269
CAPÍTULO IV. Consecuencias derivadas de la actuación inspectora 274
Disposiciones derogatorias 276
Disposiciones finales 276

§ 26. Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios 278

Preámbulo 278
Artículos 279
Disposiciones adicionales 279
Disposiciones transitorias 279
Disposiciones derogatorias 279
Disposiciones finales 279
NORMA GENERAL DE ETIQUETADO, PRESENTACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS 280
CAPÍTULO I 280
CAPÍTULO II 280
CAPÍTULO III 281
CAPÍTULO IV 281
CAPÍTULO V 288
CAPÍTULO VI 289
ANEXO I. Categorías de ingredientes para los que la indicación de la categoría puede sustituir a la del nombre específico 289
ANEXO II. Categorías de ingredientes que deben designarse obligatoriamente con el nombre de su categoría seguido de sus nombres específicos o del número CE. 290
ANEXO III. Designación de los aromas en la lista de ingredientes 290
ANEXO IV. Lista de los productos alimenticios en cuyo etiquetado deberá figurar una o varias indicaciones obligatorias adicionales 291
ANEXO V. Ingredientes a los que hacen referencia los apartados 9 y 10 del artículo 7 291

§ 27. Real Decreto 227/2014, de 4 de abril, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios 293

Preámbulo 293
Artículos 294
Disposiciones adicionales 294
Disposiciones transitorias 294
Disposiciones derogatorias 294

Disposiciones finales 294
ESTATUTO DE LA AGENCIA DE INFORMACIÓN Y CONTROL ALIMENTARIOS 295

§ 28. Real Decreto 781/2013, de 11 de octubre, por el que se establecen normas relativas a la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana 301

Preámbulo 301
Artículos 302
Disposiciones transitorias 303
Disposiciones derogatorias 303
Disposiciones finales 303
ANEXO I.A. Denominaciones, definiciones y características de los productos 304
ANEXO I.B. Ingredientes, tratamientos y sustancias autorizados 305
ANEXO II. Definiciones de las materias primas 306
ANEXO III. Denominaciones particulares de determinados productos enumerados en el anexo I 307
ANEXO IV. Disposiciones particulares aplicables a los néctares de frutas 307
ANEXO V. Niveles mínimos de grados Brix para el zumo de frutas reconstituido y el puré de frutas reconstituido . . 308

3.4. PUBLICIDAD ELECTORAL

§ 29. Ley Orgánica 14/1995, de 22 de diciembre, de publicidad electoral en emisoras de televisión local por ondas terrestres 309

Preámbulo 309
Artículos 309
Disposiciones adicionales 310
Disposiciones finales 310

§ 30. Ley Orgánica 10/1991, de 8 de abril, de publicidad electoral en emisoras municipales de radiodifusión sonora 311

Preámbulo 311
Artículos 311
DISPOSICIÓN FINAL 312

3.5. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

§ 31. Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional 313

Preámbulo 313
CAPÍTULO I. Disposiciones generales 314
CAPÍTULO II. Planificación y ejecución de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación 317
Disposiciones adicionales 318
Disposiciones derogatorias 318
Disposiciones finales 318

§ 32. Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado 319

Preámbulo 319
Artículos 319
TÍTULO I. Comisión de publicidad y comunicación institucional 320
TÍTULO II. Plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado 322
Disposiciones finales 323

3.6. PUBLICIDAD DE LOS CENTROS DOCENTES NO ESTATALES

§ 33. Real Decreto 401/1979, de 13 de febrero, por el que se regulan las denominaciones y la publicidad de los Centros docentes no estatales . . . 324

Preámbulo . . . 324
I. Ámbito de aplicación . . . 325
II. De las denominaciones . . . 325
Disposiciones generales . . . 325
Uso obligatorio de la denominación . . . 326
Reclamaciones de terceros . . . 326
III. De la publicidad . . . 327
Requisitos formales de la publicidad . . . 327
Publicidad ilícita . . . 327
Disposiciones transitorias . . . 328
Disposiciones adicionales . . . 328

4. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y RADIODIFUSIÓN

§ 34. Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual . . . 329

Preámbulo . . . 329
TÍTULO PRELIMINAR. Disposiciones generales . . . 337
TÍTULO I. Principios generales de la comunicación audiovisual . . . 341
TÍTULO II. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo . . . 345
CAPÍTULO I. Régimen jurídico y títulos habilitantes para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo . . . 345
CAPÍTULO II. Servicios de comunicación audiovisual televisivos en régimen de comunicación previa . . . 346
CAPÍTULO III. Servicios de comunicación audiovisual televisivos en régimen de licencia . . . 347
Sección 1.ª Régimen jurídico de la licencia . . . 347
Sección 2.ª Negocios jurídicos sobre la licencia . . . 350
Sección 3.ª Pluralismo en los mercados de comunicación audiovisual televisivos lineales mediante ondas hertzianas terrestres . . . 351
CAPÍTULO IV. Registro de prestadores y publicidad del régimen de propiedad de los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma . . . 352
CAPÍTULO V. Prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual televisivo . . . 354
CAPÍTULO VI. Prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres . . . 356
TÍTULO III. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual . . . 357
CAPÍTULO I. El servicio público de comunicación audiovisual . . . 357
CAPÍTULO II. Gobernanza de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual . . . 358
CAPÍTULO III. El control de la prestación del servicio público de comunicación audiovisual . . . 359
CAPÍTULO IV. La financiación del servicio público de comunicación audiovisual . . . 360
CAPÍTULO V. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual estatal . . . 362
CAPÍTULO VI. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual autonómico y local . . . 363
TÍTULO IV. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición . . . 365
TÍTULO V. La prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma . . . 368
TÍTULO VI. Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo . . . 372
CAPÍTULO I. Protección de los menores . . . 372
CAPÍTULO II. Accesibilidad . . . 374
CAPÍTULO III. Promoción de obra audiovisual europea y de la diversidad lingüística . . . 378
Sección 1.ª Definiciones aplicables en la obligación de promoción de obra audiovisual europea . . . 378
Sección 2.ª Obligación de cuota de obra audiovisual europea y de promoción de la diversidad lingüística . . . 379
Sección 3.ª Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea y promoción de la diversidad lingüística . . . 380
Sección 4.ª Control y supervisión de las obligaciones de promoción de obra audiovisual europea . . . 382
CAPÍTULO IV. Comunicaciones comerciales audiovisuales . . . 382
Sección 1.ª Derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales . . . 382
Sección 2.ª Tipos de comunicaciones comerciales audiovisuales . . . 385
Sección 3.ª Normativa específica para las comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal . . . 387

Sección 4.ª Normativa específica para las comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual a petición. . . . 388
TÍTULO VII. La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales . . . 389
TÍTULO VIII. Política audiovisual estatal . . . 391
TÍTULO IX. Autoridades audiovisuales competentes . . . 392
TÍTULO X. Régimen sancionador . . . 393
Disposiciones adicionales . . . 400
Disposiciones transitorias . . . 403
Disposiciones derogatorias . . . 405
Disposiciones finales . . . 405

§ 35. Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se regula el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas . . . 419

Preámbulo . . . 419
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 422
CAPÍTULO II. De la obligación de financiación . . . 424
CAPÍTULO III. Ingresos y gastos computables y plazo de cumplimiento de la obligación . . . 425
CAPÍTULO IV. Procedimiento de verificación . . . 428
CAPÍTULO V. Actuación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia . . . 431
Disposiciones adicionales . . . 431
Disposiciones transitorias . . . 432
Disposiciones derogatorias . . . 432
Disposiciones finales . . . 432
ANEXO I. Modelos de formularios electrónicos mediante los cuales los prestadores de servicios de comunicación audiovisual presentarán su informe de declaración, de conformidad con lo previsto en el artículo 14 . . . 433
ANEXO II. Informe de procedimientos acordados para evaluar los ingresos base de la obligación de financiación anticipada de la producción audiovisual europea del prestador de servicios de comunicaciones electrónicas que difundan canales de televisión . . . 439

§ 36. Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad . . . 440

Preámbulo . . . 440
TÍTULO PRELIMINAR. Disposiciones generales . . . 443
TÍTULO I. Régimen jurídico del Registro Estatal . . . 444
CAPÍTULO I. Disposiciones generales . . . 444
CAPÍTULO II. Organización y funcionamiento . . . 445
TÍTULO II. Disposiciones sobre procedimientos ante el Registro Estatal . . . 448
CAPÍTULO I. Comunicación previa de inicio de actividad . . . 448
CAPÍTULO II. Procedimientos de inscripción y modificación de las inscripciones registrales . . . 449
CAPÍTULO III. Procedimiento de pérdida de la condición de prestador . . . 451
TÍTULO III. Cooperación y colaboración administrativa del Registro Estatal . . . 452
Disposiciones adicionales . . . 453
Disposiciones transitorias . . . 453
Disposiciones derogatorias . . . 453
Disposiciones finales . . . 453
ANEXO. Estructura del Registro Estatal y hoja electrónica registral . . . 454

§ 37. Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva . . . 456

Preámbulo . . . 456
Artículos . . . 457
Disposiciones adicionales . . . 457
Disposiciones transitorias . . . 457
Disposiciones derogatorias . . . 457
Disposiciones finales . . . 457
REGLAMENTO DE DESARROLLO DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LO RELATIVO A LA COMUNICACIÓN COMERCIAL TELEVISIVA . . . 458

CAPÍTULO I. Disposiciones de carácter general 458
CAPÍTULO II. La autopromoción 459
CAPÍTULO III. La telepromoción 460
CAPÍTULO IV. El Patrocinio 461
CAPÍTULO V. El emplazamiento de producto 462
CAPÍTULO VI. La comunicación comercial durante la retransmisión de acontecimientos deportivos 463
CAPÍTULO VII. Promoción de la cultura europea 464

§ 38. Resolución de 13 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 10 de junio de 2011 por el que se aprueba el plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre 465

Parte dispositiva 465
Acuerdo del Consejo de Ministros por el que se aprueba el Plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre 465

§ 1

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 274, de 15 de noviembre de 1988
Última modificación: 1 de marzo de 2023
Referencia: BOE-A-1988-26156

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley:

La adhesión de España a las Comunidades Europeas implica, entre otros, el compromiso de actualizar la legislación española en aquellas materias en las que ha de ser armonizada con la comunitaria.

El Consejo de las Comunidades Europeas aprobó con fecha 10 de septiembre de 1984 una directiva relativa a la armonización de las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los países miembros en lo que afecta la publicidad engañosa.

La legislación general sobre la materia está constituida en España por la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, norma cuyo articulado ha caído en gran parte en desuso, por carecer de la flexibilidad necesaria para adaptarse a un campo como el de la publicidad, especialmente dinámico, y por responder a presupuestos políticos y administrativos alejados de los de la Constitución.

Las circunstancias precedentes aconsejan la aprobación de una nueva Ley general sobre la materia, que sustituya en su totalidad al anterior Estatuto y establezca el cauce adecuado para la formación de jurisprudencia en su aplicación por los Jueces y Tribunales.

En tal sentido, el Estado tiene competencia para regular dicha materia de acuerdo con lo establecido por el artículo 149, 1, 1.º, 6.º y 8.º de la Constitución.

La publicidad, por su propia índole, es una actividad que atraviesa las fronteras. La Ley no sólo ha seguido las directrices comunitarias en la materia, sino que ha procurado también inspirarse en las diversas soluciones vigentes en el espacio jurídico intereuropeo.

El contenido de la Ley se distribuye en cuatro Títulos. En los Títulos I y II se establecen las disposiciones generales y las definiciones o tipos de publicidad ilícita. Se articulan asimismo las diferentes modalidades de intervención administrativa en los casos de productos, bienes, actividades o servicios susceptibles de generar riesgos para la vida o la seguridad de las personas.

En el Título III, constituido por normas de derecho privado, se establecen aquellas especialidades de los contratos publicitarios que ha parecido interesante destacar sobre el fondo común de la legislación civil y mercantil. Estas normas se caracterizan por su

sobriedad. Se han recogido, no obstante, las principales figuras de contratos y de sujetos de la actividad publicitaria que la práctica del sector ha venido consagrando.

En el Título IV se establecen las normas de carácter procesal que han de regir en materia de sanción y represión de la publicidad ilícita, sin perjuicio del control voluntario de la publicidad que al efecto pueda existir realizado por organismos de autodisciplina.

En este sentido se atribuye a la jurisdicción ordinaria la competencia para dirimir las controversias derivadas de dicha publicidad ilícita en los términos de los artículos 3.º al 8.º Esta es una de las innovaciones que introduce esta Ley, decantándose por una opción distinta a la contemplada en el Estatuto de la Publicidad de 1964. Este último contempla la figura de un órgano administrativo, «El Jurado Central de Publicidad», competente para entender de las cuestiones derivadas de la actividad publicitaria. Por razones obvias, entre otras, las propias constitucionales derivadas de lo dispuesto en el artículo 24.2 en donde se fija un principio de derecho al juez ordinario, así como las que se desprenden de la estructura autonómica del Estado, se ha optado por atribuir esa competencia a los Tribunales Ordinarios.

De conformidad con lo establecido en los artículos 4 y siguientes de la Directiva 84/450 de la CEE sobre publicidad engañosa, se instituye en este Titulo un procedimiento sumario encaminado a obtener el cese de la publicidad ilícita.

El proceso de cesación se articula con la máxima celeridad posible, sin merma de las garantías necesarias para el ejercicio de una actividad de tanta trascendencia económica y social como es la publicitaria. La tramitación se realizará conforme a lo previsto en la Ley de Enjuiciamiento Civil de 3 de febrero de 1981 para los juicios de menor cuantía, con una serie de modificaciones, inspiradas en la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del Derecho a la Rectificación, y en las directrices comunitarias, y tendentes a adaptar la práctica judicial a las peculiaridades del fenómeno publicitario.

El Juez, atendidos todos los intereses implicados y, especialmente, el interés general, podrá acordar la cesación provisional o la prohibición de la publicidad ilícita, así como adoptar una serie de medidas encaminadas a corregir los efectos que la misma hubiera podido ocasionar.

Por último, en la Disposición Transitoria se establece que las normas que regulan la publicidad de los productos a que se refiere el artículo 8.o conservarán su vigencia hasta tanto no se proceda a su modificación para adaptarlas a lo dispuesto en la presente Ley.

La Disposición Derogatoria prevé la derogación íntegra del Estatuto de la Publicidad de 1964 y de cuantas normas se opongan a lo establecido en la nueva Ley.

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

La publicidad se regirá por esta Ley, por la Ley de Competencia Desleal y por las normas especiales que regulen determinadas actividades publicitarias.

Artículo 2.

A los efectos de esta Ley, se entenderá por:

– Publicidad: Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

– Destinatarios: Las personas a las que se dirija el mensaje publicitario o a las que éste alcance.

TÍTULO II

De la publicidad ilícita y de las acciones para hacerla cesar

Artículo 3. *Publicidad ilícita.*

Es ilícita:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar las violencias a que se refieren la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género y la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual.

Asimismo, se entenderá incluida en la previsión anterior cualquier forma de publicidad que coadyuve a generar violencia o discriminación en cualquiera de sus manifestaciones sobre las personas menores de edad, o fomente estereotipos de carácter sexista, racista, estético o de carácter homofóbico o transfóbico o por razones de discapacidad, así como la que promueva la prostitución.

Igualmente, se considerará incluida en la previsión anterior la publicidad que promueva las prácticas comerciales para la gestación por sustitución.

b) La publicidad dirigida a menores que les incite a la compra de un bien o de un servicio, explotando su inexperiencia o credulidad, o en la que aparezcan persuadiendo de la compra a padres o tutores. No se podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas. No se deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros.

c) La publicidad subliminal.

d) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

e) La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal.

Artículo 4. *Publicidad subliminal.*

A los efectos de esta ley, será publicidad subliminal la que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

Artículo 5. *Publicidad sobre determinados bienes o servicios.*

1. La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o de su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa. Dicho régimen podrá asimismo establecerse cuando la protección de los valores y derechos constitucionalmente reconocidos así lo requieran.

2. Los reglamentos que desarrollen lo dispuesto en el número precedente y aquellos que al regular un producto o servicio contengan normas sobre su publicidad especificarán:

a) La naturaleza y características de los productos, bienes, actividades y servicios cuya publicidad sea objeto de regulación. Estos reglamentos establecerán la exigencia de que en la publicidad de estos productos se recojan los riesgos derivados, en su caso, de la utilización normal de los mismos.

b) La forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios.

c) Los requisitos de autorización y, en su caso, registro de la publicidad, cuando haya sido sometida al régimen de autorización administrativa previa.

En el procedimiento de elaboración de estos reglamentos será preceptiva la audiencia de las organizaciones empresariales representativas del sector, de las asociaciones de agencias y de anunciantes y de las asociaciones de consumidores y usuarios, en su caso, a través de sus órganos de representación institucional.

3. El otorgamiento de autorizaciones habrá de respetar los principios de libre competencia, de modo que no pueda producirse perjuicio de otros competidores.

La denegación de solicitudes de autorización deberá ser motivada.

Una vez vencido el plazo de contestación que las normas especiales establezcan para los expedientes de autorización, se entenderá otorgado el mismo por silencio administrativo positivo.

4. Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en las normas especiales que los regulen.

5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas.

La comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, se someterá a los requisitos establecidos en la normativa de comunicación audiovisual.

Queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas con graduación alcohólica superior a veinte grados en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo.

La forma, contenido y condiciones de la publicidad de bebidas alcohólicas serán limitados reglamentariamente en orden a la protección de la salud y seguridad de las personas, teniendo en cuenta los sujetos destinatarios, la no inducción directa o indirecta a su consumo indiscriminado y en atención a los ámbitos educativos, sanitarios y deportivos.

Con los mismos fines que el párrafo anterior el Gobierno podrá, reglamentariamente, extender las prohibiciones previstas en este apartado para bebidas con más de veinte grados a bebidas con graduación alcohólica inferior a veinte grados.

6. El incumplimiento de las normas especiales que regulen la publicidad de los productos, bienes, actividades y servicios a que se refieren los apartados anteriores, tendrá consideración de infracción a los efectos previstos en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y en la Ley General de Sanidad.

Artículo 6. *Acciones frente a la publicidad ilícita.*

1. Las acciones frente a la publicidad ilícita serán las establecidas con carácter general para las acciones derivadas de la competencia desleal por el capítulo IV de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

Si el contenido de la publicidad incumple los requisitos legalmente exigidos en esta o cualquier otra norma específica o sectorial, a la acción de cesación prevista en esta Ley podrá acumularse siempre que se solicite la de nulidad y anulabilidad, la de incumplimiento de obligaciones, la de resolución o rescisión contractual y la de restitución de cantidades que correspondiera

2. Adicionalmente, frente a la publicidad ilícita por utilizar de forma discriminatoria o vejatoria la imagen de la mujer o por promover las prácticas comerciales para la gestación por sustitución, están legitimados para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal:

a) La Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

b) El Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico.

c) Las asociaciones legalmente constituidas que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer y no incluyan como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.

d) El Ministerio Fiscal.

TÍTULO III

De la contratación publicitaria

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 7.

Los contratos publicitarios se regirán por las normas contenidas en el presente Título, y en su defecto por las reglas generales del Derecho Común. Lo dispuesto en el mismo sera de aplicación a todos los contratos publicitarios, aun cuando versen sobre actividades publicitarias no comprendidas en el artículo 2.

Artículo 8.

A lo efectos de esta Ley:

– Es anunciante la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad.

– Son agencias de publicidad las personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, preparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante.

Tendrán la consideración de medios de publicidad las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que, de manera habitual y organizada, se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten.

Artículo 9.

Los medios de difusión deslindarán perceptiblemente las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa de las que hagan como simples vehículos de publicidad. Los anunciantes deberán asimismo desvelar inequívocamente el carácter publicitario de sus anuncios.

Artículo 10.

El anunciante tiene derecho a controlar la ejecución de la campaña de publicidad.

Para garantizar este derecho, las organizaciones sin fines lucrativos constituidas legalmente en forma tripartita por anunciantes, agencias de publicidad y medios de difusión podrán comprobar la difusión de los medios publicitarios y, en especial, las cifras de tirada y venta de publicaciones periódicas.

Esta comprobación se hará en régimen voluntario.

Artículo 11.

En los contratos publicitarios no podrán incluirse cláusulas de exoneración, imputación o limitación de la responsabilidad frente a terceros en que puedan incurrir las partes como consecuencia de la publicidad.

Artículo 12.

Se tendrá por no puesta cualquier cláusula por la que, directa o indirectamente, se garantice el rendimiento económico o los resultados comerciales de la publicidad, o se prevea la exigencia de responsabilidad por esta causa.

CAPÍTULO II

De los contratos publicitarios

Sección 1.ª Contrato de publicidad

Artículo 13.

Contrato de publicidad es aquél por el que un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación, la ejecución de publicidad y la creación, preparación o programación de la misma.

Cuando la agencia realice creaciones publicitarias, se aplicarán también las normas del contrato de creación publicitaria.

Artículo 14.

El anunciante deberá abstenerse de utilizar para fines distintos de los pactados cualquier idea, información o material publicitario suministrado por la agencia. La misma obligación tendrá la agencia respecto de la información o material publicitario que el anunciante le haya facilitado a efectos del contrato.

Artículo 15.

Si la publicidad no se ajustase en sus elementos esenciales a los términos del contrato o a las instrucciones expresas del anunciante, éste podrá exigir una rebaja de la contraprestación o la repetición total o parcial de la publicidad en los términos pactados, y la indemnización, en uno y otro caso, de los perjuicios que se le hubieren irrogado.

Artículo 16.

Si la agencia injustificadamente no realiza la prestación comprometida o lo hace fuera del término establecido, el anunciante podrá resolver el contrato y exigir la devolución de lo pagado, así como la indemnización de daños y perjuicios.

Asimismo, si el anunciante resolviere o incumpliere injustificada y unilateralmente el contrato con la agencia sin que concurran causas de fuerza mayor o lo cumpliere sólo de forma parcial o defectuosa, la agencia podrá exigir la indemnización por daños y perjuicios a que hubiere lugar.

La extinción del contrato no afectará a los derechos de la agencia por la publicidad realizada antes del cumplimiento.

Sección 2.ª Contrato de difusión publicitaria

Artículo 17.

Contrato de difusión publicitaria es aquél por el que, a cambio de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, un medio se obliga en favor de un anunciante o agencia a permitir la utilización publicitaria de unidades de espacio o de tiempo disponibles y a desarrollar la actividad técnica necesaria para lograr el resultado publicitario.

Artículo 18.

Si el medio, por causas imputables al mismo, cumpliere una orden con alteración, defecto o menoscabo de algunos de sus elementos esenciales, vendrá obligado a ejecutar de nuevo la publicidad en los términos pactados. Si la repetición no fuere posible, el anunciante o la agencia podrán exigir la reducción del precio y la indemnización de los perjuicios causados.

Artículo 19.

Salvo caso de fuerza mayor, cuando el medio no difunda la publicidad, el anunciante o a la agencia podrán optar entre exigir una difusión posterior en las mismas condiciones

pactadas o denunciar el contrato con devolución de lo pagado por la publicidad no difundida. En ambos casos, el medio deberá indemnizar los daños y perjuicios ocasionados.

Si la falta de difusión fuera imputable al anunciante o a la agencia, el responsable vendrá obligado a indemnizar al medio y a satisfacerle íntegramente el precio, salvo que el medio haya ocupado total o parcialmente con otra publicidad las unidades de tiempo o espacio contratadas.

Sección 3.ª Contrato de creación publicitaria

Artículo 20.

Contrato de creación publicitaria es aquél por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor de un anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Artículo 21.

Las creaciones publicitarias podrán gozar de los derechos de propiedad industrial o intelectual cuando reúnan los requisitos exigidos por las disposiciones vigentes.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, los derechos de explotación de las creaciones publicitarias se presumirán, salvo pacto en contrario, cedidos en exclusiva al anunciante o agencia, en virtud del contrato de creación publicitaria y para los fines previstos en el mismo.

Sección 4.ª Contrato de patrocinio

Artículo 22.

El contrato de patrocinio publicitario es aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El contrato de patrocinio publicitario se regirá por las normas del contrato de difusión publicitaria en cuanto le sean aplicables.

Artículo 23.

(Sin contenido)

Artículo 24.

(Sin contenido)

TÍTULO IV

De la acción de cesación y rectificación y de los procedimientos

Artículos 25 a 33.

(Derogados)

DISPOSICIÓN ADICIONAL

(Derogada)

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Las normas que regulan la publicidad de los productos a que se refiere el artículo 8 conservarán su vigencia hasta tanto no se proceda a su modificación para adaptarlas a lo dispuesto en la presente Ley.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Queda derogada la Ley 61/1964, de 11 de junio, por lo que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, y cuantas disposiciones se opongan a lo establecido en la presente Ley.

§ 2

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 166, de 12 de julio de 2002
Última modificación: 23 de enero de 2025
Referencia: BOE-A-2002-13758

JUAN CARLOS I REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

La presente Ley tiene como objeto la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva 2000/31/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio, relativa a determinados aspectos de los servicios de la sociedad de la información, en particular, el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico). Asimismo, incorpora parcialmente la Directiva 98/27/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de mayo, relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores, al regular, de conformidad con lo establecido en ella, una acción de cesación contra las conductas que contravengan lo dispuesto en esta Ley.

Lo que la Directiva 2000/31/CE denomina "sociedad de la información" viene determinado por la extraordinaria expansión de las redes de telecomunicaciones y, en especial, de Internet como vehículo de transmisión e intercambio de todo tipo de información. Su incorporación a la vida económica y social ofrece innumerables ventajas, como la mejora de la eficiencia empresarial, el incremento de las posibilidades de elección de los usuarios y la aparición de nuevas fuentes de empleo.

Pero la implantación de Internet y las nuevas tecnologías tropieza con algunas incertidumbres jurídicas, que es preciso aclarar con el establecimiento de un marco jurídico adecuado, que genere en todos los actores intervinientes la confianza necesaria para el empleo de este nuevo medio.

Eso es lo que pretende esta Ley, que parte de la aplicación a las actividades realizadas por medios electrónicos de las normas tanto generales como especiales que las regulan, ocupándose tan sólo de aquellos aspectos que, ya sea por su novedad o por las peculiaridades que implica su ejercicio por vía electrónica, no están cubiertos por dicha regulación.

II

Se acoge, en la Ley, un concepto amplio de "servicios de la sociedad de la información", que engloba, además de la contratación de bienes y servicios por vía electrónica, el suministro de información por dicho medio (como el que efectúan los periódicos o revistas que pueden encontrarse en la red), las actividades de intermediación relativas a la provisión de acceso a la red, a la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, a la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios, al alojamiento en los propios servidores de información, servicios o aplicaciones facilitados por otros o a la provisión de instrumentos de búsqueda o de enlaces a otros sitios de Internet, así como cualquier otro servicio que se preste a petición individual de los usuarios (descarga de archivos de vídeo o audio...), siempre que represente una actividad económica para el prestador. Estos servicios son ofrecidos por los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a Internet, los portales, los motores de búsqueda o cualquier otro sujeto que disponga de un sitio en Internet a través del que realice alguna de las actividades indicadas, incluido el comercio electrónico.

Desde un punto de vista subjetivo, la Ley se aplica, con carácter general, a los prestadores de servicios establecidos en España. Por "establecimiento" se entiende el lugar desde el que se dirige y gestiona una actividad económica, definición esta que se inspira en el concepto de domicilio fiscal recogido en las normas tributarias españolas y que resulta compatible con la noción material de establecimiento predicada por el Derecho comunitario. La Ley resulta igualmente aplicable a quienes sin ser residentes en España prestan servicios de la sociedad de la información a través de un "establecimiento permanente" situado en España. En este último caso, la sujeción a la Ley es únicamente parcial, respecto a aquellos servicios que se presten desde España.

El lugar de establecimiento del prestador de servicios es un elemento esencial en la Ley, porque de él depende el ámbito de aplicación no sólo de esta Ley, sino de todas las demás disposiciones del ordenamiento español que les sean de aplicación, en función de la actividad que desarrollen. Asimismo, el lugar de establecimiento del prestador determina la ley y las autoridades competentes para el control de su cumplimiento, de acuerdo con el principio de la aplicación de la ley del país de origen que inspira la Directiva 2000/31/CE.

Por lo demás, sólo se permite restringir la libre prestación en España de servicios de la sociedad de la información procedentes de otros países pertenecientes al Espacio Económico Europeo en los supuestos previstos en la Directiva 2000/31/CE, que consisten en la producción de un daño o peligro graves contra ciertos valores fundamentales como el orden público, la salud pública o la protección de los menores. Igualmente, podrá restringirse la prestación de servicios provenientes de dichos Estados cuando afecten a alguna de las materias excluidas del principio de país de origen, que la Ley concreta en su artículo 3, y se incumplan las disposiciones de la normativa española que, en su caso, resulte aplicable a las mismas.

III

Se prevé la anotación del nombre o nombres de dominio de Internet que correspondan al prestador de servicios en el registro público en que, en su caso, dicho prestador conste inscrito para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, con el fin de garantizar que la vinculación entre el prestador, su establecimiento físico y su "establecimiento" o localización en la red, que proporciona su dirección de Internet, sea fácilmente accesible para los ciudadanos y la Administración pública.

La Ley establece, asimismo, las obligaciones y responsabilidades de los prestadores de servicios que realicen actividades de intermediación como las de transmisión, copia, alojamiento y localización de datos en la red. En general, éstas imponen a dichos prestadores un deber de colaboración para impedir que determinados servicios o contenidos ilícitos se sigan divulgando. Las responsabilidades que pueden derivar del incumplimiento de estas normas no son sólo de orden administrativo, sino de tipo civil o penal, según los bienes jurídicos afectados y las normas que resulten aplicables.

Destaca, por otra parte, en la Ley, su afán por proteger los intereses de los destinatarios de servicios, de forma que éstos puedan gozar de garantías suficientes a la hora de

contratar un servicio o bien por Internet. Con esta finalidad, la Ley impone a los prestadores de servicios la obligación de facilitar el acceso a sus datos de identificación a cuantos visiten su sitio en Internet; la de informar a los destinatarios sobre los precios que apliquen a sus servicios y la de permitir a éstos visualizar, imprimir y archivar las condiciones generales a que se someta, en su caso, el contrato. Cuando la contratación se efectúe con consumidores, el prestador de servicios deberá, además, guiarles durante el proceso de contratación, indicándoles los pasos que han de dar y la forma de corregir posibles errores en la introducción de datos, y confirmar la aceptación realizada una vez recibida.

En lo que se refiere a las comunicaciones comerciales, la Ley establece que éstas deban identificarse como tales, y prohíbe su envío por correo electrónico u otras vías de comunicación electrónica equivalente, salvo que el destinatario haya prestado su consentimiento.

IV

Se favorece igualmente la celebración de contratos por vía electrónica, al afirmar la Ley, de acuerdo con el principio espiritualista que rige la perfección de los contratos en nuestro Derecho, la validez y eficacia del consentimiento prestado por vía electrónica, declarar que no es necesaria la admisión expresa de esta técnica para que el contrato surta efecto entre las partes, y asegurar la equivalencia entre los documentos en soporte papel y los documentos electrónicos a efectos del cumplimiento del requisito de "forma escrita" que figura en diversas leyes.

Se aprovecha la ocasión para fijar el momento y lugar de celebración de los contratos electrónicos, adoptando una solución única, también válida para otros tipos de contratos celebrados a distancia, que unifica el criterio dispar contenido hasta ahora en los Códigos Civil y de Comercio.

Las disposiciones contenidas en esta Ley sobre aspectos generales de la contratación electrónica, como las relativas a la validez y eficacia de los contratos electrónicos o al momento de prestación del consentimiento, serán de aplicación aun cuando ninguna de las partes tenga la condición de prestador o destinatario de servicios de la sociedad de la información.

La Ley promueve la elaboración de códigos de conducta sobre las materias reguladas en esta Ley, al considerar que son un instrumento de autorregulación especialmente apto para adaptar los diversos preceptos de la Ley a las características específicas de cada sector.

Por su sencillez, rapidez y comodidad para los usuarios, se potencia igualmente el recurso al arbitraje y a los procedimientos alternativos de resolución de conflictos que puedan crearse mediante códigos de conducta, para dirimir las disputas que puedan surgir en la contratación electrónica y en el uso de los demás servicios de la sociedad de la información. Se favorece, además, el uso de medios electrónicos en la tramitación de dichos procedimientos, respetando, en su caso, las normas que, sobre la utilización de dichos medios, establezca la normativa específica sobre arbitraje.

De conformidad con lo dispuesto en las Directivas 2000/31/CE y 98/27/CE, se regula la acción de cesación que podrá ejercitarse para hacer cesar la realización de conductas contrarias a la presente Ley que vulneren los intereses de los consumidores y usuarios. Para el ejercicio de esta acción, deberá tenerse en cuenta, además de lo dispuesto en esta Ley, lo establecido en la Ley general de incorporación de la Directiva 98/27/CE.

La Ley prevé, asimismo, la posibilidad de que los ciudadanos y entidades se dirijan a diferentes Ministerios y órganos administrativos para obtener información práctica sobre distintos aspectos relacionados con las materias objeto de esta Ley, lo que requerirá el establecimiento de mecanismos que aseguren la máxima coordinación entre ellos y la homogeneidad y coherencia de la información suministrada a los usuarios.

Finalmente, se establece un régimen sancionador proporcionado pero eficaz, como indica la Directiva 2000/31/CE, para disuadir a los prestadores de servicios del incumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

Asimismo, se contempla en la Ley una serie de previsiones orientadas a hacer efectiva la accesibilidad de las personas con discapacidad a la información proporcionada por medios electrónicos, y muy especialmente a la información suministrada por las Administraciones

públicas, compromiso al que se refiere la resolución del Consejo de la Unión Europea de 25 de marzo de 2002, sobre accesibilidad de los sitios web públicos y de su contenido.

La presente disposición ha sido elaborada siguiendo un amplio proceso de consulta pública y ha sido sometida al procedimiento de información en materia de normas y reglamentaciones técnicas previsto en la Directiva 98/34/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de junio, modificada por la Directiva 98/48/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de julio, y en el Real Decreto 1337/1999, de 31 de julio.

TÍTULO I

Disposiciones generales

CAPÍTULO I

Objeto

Artículo 1. *Objeto.*

1. Es objeto de la presente Ley la regulación del régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, en lo referente a las obligaciones de los prestadores de servicios incluidos los que actúan como intermediarios en la transmisión de contenidos por las redes de telecomunicaciones, las comunicaciones comerciales por vía electrónica, la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos, las condiciones relativas a su validez y eficacia y el régimen sancionador aplicable a los prestadores de servicios de la sociedad de la información.

2. Las disposiciones contenidas en esta Ley se entenderán sin perjuicio de lo dispuesto en otras normas estatales o autonómicas ajenas al ámbito normativo coordinado, o que tengan como finalidad la protección de la salud y seguridad pública, incluida la salvaguarda de la defensa nacional, los intereses del consumidor, el régimen tributario aplicable a los servicios de la sociedad de la información, la protección de datos personales y la normativa reguladora de defensa de la competencia.

CAPÍTULO II

Ámbito de aplicación

Artículo 2. *Prestadores de servicios establecidos en España.*

1. Esta Ley será de aplicación a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España y a los servicios prestados por ellos.

Se entenderá que un prestador de servicios está establecido en España cuando su residencia o domicilio social se encuentren en territorio español, siempre que éstos coincidan con el lugar en que esté efectivamente centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios. En otro caso, se atenderá al lugar en que se realice dicha gestión o dirección.

2. Asimismo, esta Ley será de aplicación a los servicios de la sociedad de la información que los prestadores residentes o domiciliados en otro Estado ofrezcan a través de un establecimiento permanente situado en España.

Se considerará que un prestador opera mediante un establecimiento permanente situado en territorio español cuando disponga en el mismo, de forma continuada o habitual, de instalaciones o lugares de trabajo, en los que realice toda o parte de su actividad.

3. A los efectos previstos en este artículo, se presumirá que el prestador de servicios está establecido en España cuando el prestador o alguna de sus sucursales se haya inscrito en el Registro Mercantil o en otro registro público español en el que fuera necesaria la inscripción para la adquisición de personalidad jurídica.

La utilización de medios tecnológicos situados en España, para la prestación o el acceso al servicio, no servirá como criterio para determinar, por sí solo, el establecimiento en España del prestador.

4. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España estarán sujetos a las demás disposiciones del ordenamiento jurídico español que les sean de aplicación, en función de la actividad que desarrollen, con independencia de la utilización de medios electrónicos para su realización.

Artículo 3. *Prestadores de servicios establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo.*

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 7.1 y 8, esta Ley se aplicará a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo cuando el destinatario de los servicios radique en España y los servicios afecten a las materias siguientes:

a) Derechos de propiedad intelectual o industrial.
b) Emisión de publicidad por instituciones de inversión colectiva.
c) Actividad de seguro directo realizada en régimen de derecho de establecimiento o en régimen de libre prestación de servicios.
d) Obligaciones nacidas de los contratos celebrados por personas físicas que tengan la condición de consumidores.
e) Régimen de elección por las partes contratantes de la legislación aplicable a su contrato.
f) Licitud de las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente no solicitadas.

2. En todo caso, la constitución, transmisión, modificación y extinción de derechos reales sobre bienes inmuebles sitos en España se sujetará a los requisitos formales de validez y eficacia establecidos en el ordenamiento jurídico español.
3. Los prestadores de servicios a los que se refiere el apartado 1 quedarán igualmente sometidos a las normas del ordenamiento jurídico español que regulen las materias señaladas en dicho apartado.
4. No será aplicable lo dispuesto en los apartados anteriores a los supuestos en que, de conformidad con las normas reguladoras de las materias enumeradas en el apartado 1, no fuera de aplicación la ley del país en que resida o esté establecido el destinatario del servicio.

Artículo 4. *Prestadores establecidos en un Estado no perteneciente a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.*

A los prestadores establecidos en países que no sean miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, les será de aplicación lo dispuesto en los artículos 7.2 y 11.2.
Los prestadores que dirijan sus servicios específicamente al territorio español quedarán sujetos, además, a las obligaciones previstas en esta Ley, siempre que ello no contravenga lo establecido en tratados o convenios internacionales que sean aplicables.

Artículo 5. *Servicios excluidos del ámbito de aplicación de la Ley.*

1. Se regirán por su normativa específica las siguientes actividades y servicios de la sociedad de la información:

a) Los servicios prestados por notarios y registradores de la propiedad y mercantiles en el ejercicio de sus respectivas funciones públicas.
b) Los servicios prestados por abogados y procuradores en el ejercicio de sus funciones de representación y defensa en juicio.

2. Las disposiciones de la presente Ley, con la excepción de lo establecido en el artículo 7.1, serán aplicables a los servicios de la sociedad de la información relativos a juegos de azar que impliquen apuestas de valor económico, sin perjuicio de lo establecido en su legislación específica estatal o autonómica.

TÍTULO II

Prestación de servicios de la sociedad de la información

CAPÍTULO I

Principio de libre prestación de servicios

Artículo 6. *No sujeción a autorización previa.*

La prestación de servicios de la sociedad de la información no estará sujeta a autorización previa.

Esta norma no afectará a los regímenes de autorización previstos en el ordenamiento jurídico que no tengan por objeto específico y exclusivo la prestación por vía electrónica de los correspondientes servicios.

Artículo 7. *Principio de libre prestación de servicios.*

1. La prestación de servicios de la sociedad de la información que procedan de un prestador establecido en algún Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo se realizará en régimen de libre prestación de servicios, sin que pueda establecerse ningún tipo de restricciones a los mismos por razones derivadas del ámbito normativo coordinado, excepto en los supuestos previstos en los artículos 3 y 8.

2. La aplicación del principio de libre prestación de servicios de la sociedad de la información a prestadores establecidos en Estados no miembros del Espacio Económico Europeo se atendrá a los acuerdos internacionales que resulten de aplicación.

Artículo 8. *Restricciones a la prestación de servicios y procedimiento de cooperación intracomunitario.*

1. En caso de que un determinado servicio de la sociedad de la información atente o pueda atentar contra los principios que se expresan a continuación, los órganos competentes para su protección, en ejercicio de las funciones que tengan legalmente atribuidas, podrán adoptar las medidas necesarias para que se interrumpa su prestación o para retirar los datos que los vulneran. Los principios a que alude este apartado son los siguientes:

a) La salvaguarda del orden público, la investigación penal, la seguridad pública y la defensa nacional.

b) La protección de la salud pública o de las personas físicas o jurídicas que tengan la condición de consumidores o usuarios, incluso cuando actúen como inversores.

c) El respeto a la dignidad de la persona y al principio de no discriminación por motivos de raza, sexo, religión, opinión, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra circunstancia personal o social, y

d) La protección de la juventud y de la infancia.

e) La salvaguarda de los derechos de propiedad intelectual.

En la adopción y cumplimiento de las medidas de restricción a que alude este apartado se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando éstos pudieran resultar afectados.

En todos los casos en los que la Constitución y las leyes reguladoras de los respectivos derechos y libertades así lo prevean de forma excluyente, sólo la autoridad judicial competente podrá adoptar las medidas previstas en este artículo, en tanto garante del derecho a la libertad de expresión, del derecho de producción y creación literaria, artística, científica y técnica, la libertad de cátedra y el derecho de información.

2. Los órganos competentes para la adopción de las medidas a que se refiere el apartado anterior, con el objeto de identificar al responsable del servicio de la sociedad de la información que está realizando la conducta presuntamente vulneradora, podrán requerir a los prestadores de servicios de la sociedad de la información la cesión de los datos que

permitan tal identificación a fin de que pueda comparecer en el procedimiento. Tal requerimiento exigirá la previa autorización judicial de acuerdo con lo previsto en el apartado primero del artículo 122 bis de la Ley reguladora de la Jurisdicción contencioso-administrativa. Una vez obtenida la autorización, los prestadores estarán obligados a facilitar los datos necesarios para llevar a cabo la identificación.

3. La adopción de restricciones a la prestación de servicios de la sociedad de la información provenientes de prestadores establecidos en un Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo distinto a España deberá seguir el procedimiento de cooperación intracomunitario descrito en el siguiente apartado de este artículo, sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación procesal y de cooperación judicial.

4. Cuando un órgano competente acuerde, en ejercicio de las competencias que tenga legalmente atribuidas, y de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo a) del apartado 4 del artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE, establecer restricciones que afecten a un servicio de la sociedad de la información que proceda de alguno de los Estados miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo distinto de España, dicho órgano deberá seguir el siguiente procedimiento:

a) El órgano competente requerirá al Estado miembro en que esté establecido el prestador afectado para que adopte las medidas oportunas. En el caso de que no las adopte o resulten insuficientes, dicho órgano notificará, con carácter previo, a la Comisión Europea o, en su caso, al Comité Mixto del Espacio Económico Europeo y al Estado miembro de que se trate las medidas que tiene intención de adoptar.

b) En los supuestos de urgencia, el órgano competente podrá adoptar las medidas oportunas, notificándolas al Estado miembro de procedencia y a la Comisión Europea o, en su caso, al Comité Mixto del Espacio Económico Europeo con la mayor brevedad y, en cualquier caso, como máximo, en el plazo de quince días desde su adopción. Así mismo, deberá indicar la causa de dicha urgencia.

Los requerimientos y notificaciones a que alude este apartado se realizarán siempre a través del órgano de la Administración General del Estado competente para la comunicación y transmisión de información a las Comunidades Europeas.

5. Los órganos competentes de otros Estados Miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo podrán requerir la colaboración de los prestadores de servicios de intermediación establecidos en España en los términos previstos en el apartado 2 del artículo 11 de esta ley si lo estiman necesario para garantizar la eficacia de las medidas de restricción que adopten al amparo del apartado anterior.

6. Las medidas de restricción que se adopten al amparo de este artículo deberán, en todo caso, cumplir las garantías y los requisitos previstos en los apartados 3 y 4 del artículo 11 de esta ley.

CAPÍTULO II

Obligaciones y régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información

Sección 1.ª Obligaciones

Artículo 9. *Constancia registral del nombre de dominio.*

(Sin contenido)

Artículo 10. *Información general.*

1. Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

a) Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

b) Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.

c) En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.

d) Si ejerce una profesión regulada deberá indicar:

1.º Los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.

2.º El título académico oficial o profesional con el que cuente.

3.º El Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.

4.º Las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.

e) El número de identificación fiscal que le corresponda.

f) Cuando el servicio de la sociedad de la información haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío.

g) Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

2. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.

3. Cuando se haya atribuido un rango de numeración telefónica a servicios de tarificación adicional en el que se permita el acceso a servicios de la sociedad de la información y se requiera su utilización por parte del prestador de servicios, esta utilización y la descarga de programas informáticos que efectúen funciones de marcación, deberán realizarse con el consentimiento previo, informado y expreso del usuario.

A tal efecto, el prestador del servicio deberá proporcionar al menos la siguiente información:

a) Las características del servicio que se va a proporcionar.

b) Las funciones que efectuarán los programas informáticos que se descarguen, incluyendo el número telefónico que se marcará.

c) El procedimiento para dar fin a la conexión de tarificación adicional, incluyendo una explicación del momento concreto en que se producirá dicho fin, y

d) El procedimiento necesario para restablecer el número de conexión previo a la conexión de tarificación adicional.

La información anterior deberá estar disponible de manera claramente visible e identificable.

Lo dispuesto en este apartado se entiende sin perjuicio de lo establecido en la normativa de telecomunicaciones, en especial, en relación con los requisitos aplicables para el acceso por parte de los usuarios a los rangos de numeración telefónica, en su caso, atribuidos a los servicios de tarificación adicional.

Artículo 11. *Deber de colaboración de los prestadores de servicios de intermediación.*

1. Cuando un órgano competente hubiera ordenado, en ejercicio de las competencias que legalmente tenga atribuidas, que se interrumpa la prestación de un servicio de la sociedad de la información o la retirada de determinados contenidos provenientes de prestadores establecidos en España, y para ello fuera necesaria la colaboración de los prestadores de servicios de intermediación, dicho órgano podrá ordenar a los citados prestadores que suspendan el correspondiente servicio de intermediación utilizado para la

provisión del servicio de la sociedad de la información o de los contenidos cuya interrupción o retirada hayan sido ordenados respectivamente.

2. Si para garantizar la efectividad de la resolución que acuerde la interrupción de la prestación de un servicio o la retirada de contenidos procedentes de un prestador establecido en un Estado no perteneciente a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo, el órgano competente estimara necesario impedir el acceso desde España a los mismos, y para ello fuera necesaria la colaboración de los prestadores de servicios de intermediación establecidos en España, dicho órgano podrá ordenar a los citados prestadores de servicios de intermediación que suspendan el correspondiente servicio de intermediación utilizado para la provisión del servicio de la sociedad de la información o de los contenidos cuya interrupción o retirada hayan sido ordenados respectivamente.

3. En la adopción y cumplimiento de las medidas a que se refieren los apartados anteriores, se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando estos pudieran resultar afectados.

En todos los casos en que la Constitución, las normas reguladoras de los respectivos derechos y libertades o las que resulten aplicables a las diferentes materias atribuyan competencia a los órganos jurisdiccionales de forma excluyente para intervenir en el ejercicio de actividades o derechos, sólo la autoridad judicial competente podrá adoptar las medidas previstas en este artículo. En particular, la autorización del secuestro de páginas de Internet o de su restricción cuando ésta afecte a los derechos y libertades de expresión e información y demás amparados en los términos establecidos en el artículo 20 de la Constitución solo podrá ser decidida por los órganos jurisdiccionales competentes.

4. Las medidas a que hace referencia este artículo serán objetivas, proporcionadas y no discriminatorias, y se adoptarán de forma cautelar o en ejecución de las resoluciones que se dicten, conforme a los procedimientos administrativos legalmente establecidos o a los previstos en la legislación procesal que corresponda.

En particular, cuando resulte necesario para proteger los derechos de la víctima o grupos o personas discriminadas, los jueces y tribunales podrán acordar, de conformidad con la legislación procesal, motivadamente, y siempre de acuerdo con el principio de proporcionalidad, cualquiera de las medidas de restricción o interrupción de la prestación de servicios o de retirada de datos de páginas de internet que contempla la presente ley.

Artículo 12. *Deber de retención de datos de tráfico relativos a las comunicaciones electrónicas.*

(Derogado)

Artículo 12 bis. *Obligaciones de información sobre seguridad.*

1. Los proveedores de servicios de intermediación establecidos en España de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 de esta Ley que realicen actividades consistentes en la prestación de servicios de acceso a Internet, estarán obligados a informar a sus clientes de forma permanente, fácil, directa y gratuita, sobre los diferentes medios de carácter técnico que aumenten los niveles de la seguridad de la información y permitan, entre otros, la protección frente a virus informáticos y programas espía, y la restricción de los correos electrónicos no solicitados.

2. Los proveedores de servicios de acceso a Internet y los prestadores de servicios de correo electrónico o de servicios similares deberán informar a sus clientes de forma permanente, fácil, directa y gratuita sobre las medidas de seguridad que apliquen en la provisión de los mencionados servicios.

3. Igualmente, los proveedores de servicios referidos en el apartado 1 informarán sobre las herramientas existentes para el filtrado y restricción del acceso a determinados contenidos y servicios en Internet no deseados o que puedan resultar nocivos para la juventud y la infancia.

4. Los proveedores de servicios mencionados en el apartado 1 facilitarán información a sus clientes acerca de las posibles responsabilidades en que puedan incurrir por el uso de

Internet con fines ilícitos, en particular, para la comisión de ilícitos penales y por la vulneración de la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial.

5. Las obligaciones de información referidas en los apartados anteriores se darán por cumplidas si el correspondiente proveedor incluye la información exigida en su página o sitio principal de Internet en la forma establecida en los mencionados apartados.

Artículo 12 ter. *Obligaciones relativas a la portabilidad de datos no personales.*

Los proveedores de servicios de intermediación que alojen o almacenen datos de usuarios a los que presten servicios de redes sociales o servicios de la sociedad de la información equivalentes deberán remitir a dichos usuarios, a su solicitud, los contenidos que les hubieran facilitado, sin impedir su transmisión posterior a otro proveedor. La remisión deberá efectuarse en un formato estructurado, de uso común y lectura mecánica.

Asimismo, deberán transmitir dichos contenidos directamente a otro proveedor designado por el usuario, siempre que sea técnicamente posible, según prevé el artículo 95 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

Para el cumplimiento de estas obligaciones será aplicable lo dispuesto en el artículo 12.5 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.

Sección 2.ª Régimen de responsabilidad

Artículo 13. *Responsabilidad de los prestadores de los servicios de la sociedad de la información.*

1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información están sujetos a la responsabilidad civil, penal y administrativa establecida con carácter general en el ordenamiento jurídico, sin perjuicio de lo dispuesto en esta Ley.

2. Para determinar la responsabilidad de los prestadores de servicios por el ejercicio de actividades de intermediación, se estará a lo establecido en los artículos siguientes.

Artículo 14. *Responsabilidad de los operadores de redes y proveedores de acceso.*

1. Los operadores de redes de telecomunicaciones y proveedores de acceso a una red de telecomunicaciones que presten un servicio de intermediación que consista en transmitir por una red de telecomunicaciones datos facilitados por el destinatario del servicio o en facilitar acceso a ésta no serán responsables por la información transmitida, salvo que ellos mismos hayan originado la transmisión, modificado los datos o seleccionado éstos o a los destinatarios de dichos datos.

No se entenderá por modificación la manipulación estrictamente técnica de los archivos que alberguen los datos, que tiene lugar durante su transmisión.

2. Las actividades de transmisión y provisión de acceso a que se refiere el apartado anterior incluyen el almacenamiento automático, provisional y transitorio de los datos, siempre que sirva exclusivamente para permitir su transmisión por la red de telecomunicaciones y su duración no supere el tiempo razonablemente necesario para ello.

Artículo 15. *Responsabilidad de los prestadores de servicios que realizan copia temporal de los datos solicitados por los usuarios.*

Los prestadores de un servicio de intermediación que transmitan por una red de telecomunicaciones datos facilitados por un destinatario del servicio y, con la única finalidad de hacer más eficaz su transmisión ulterior a otros destinatarios que los soliciten, los almacenen en sus sistemas de forma automática, provisional y temporal, no serán responsables por el contenido de esos datos ni por la reproducción temporal de los mismos, si:

a) No modifican la información.

b) Permiten el acceso a ella sólo a los destinatarios que cumplan las condiciones impuestas a tal fin, por el destinatario cuya información se solicita.

c) Respetan las normas generalmente aceptadas y aplicadas por el sector para la actualización de la información.

d) No interfieren en la utilización lícita de tecnología generalmente aceptada y empleada por el sector, con el fin de obtener datos sobre la utilización de la información, y e) Retiran la información que hayan almacenado o hacen imposible el acceso a ella, en cuanto tengan conocimiento efectivo de:

1.º Que ha sido retirada del lugar de la red en que se encontraba inicialmente.

2.º Que se ha imposibilitado el acceso a ella, o 3.º Que un tribunal u órgano administrativo competente ha ordenado retirarla o impedir que se acceda a ella.

Artículo 16. *Responsabilidad de los prestadores de servicios de alojamiento o almacenamiento de datos.*

1. Los prestadores de un servicio de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario de este servicio no serán responsables por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que:

a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o

b) Si lo tienen, actúen con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos.

Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse.

2. La exención de responsabilidad establecida en el apartado 1 no operará en el supuesto de que el destinatario del servicio actúe bajo la dirección, autoridad o control de su prestador.

Artículo 17. *Responsabilidad de los prestadores de servicios que faciliten enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda.*

1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información que faciliten enlaces a otros contenidos o incluyan en los suyos directorios o instrumentos de búsqueda de contenidos no serán responsables por la información a la que dirijan a los destinatarios de sus servicios, siempre que:

a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información a la que remiten o recomiendan es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o

b) Si lo tienen, actúen con diligencia para suprimir o inutilizar el enlace correspondiente.

Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse.

2. La exención de responsabilidad establecida en el apartado 1 no operará en el supuesto de que el proveedor de contenidos al que se enlace o cuya localización se facilite actúe bajo la dirección, autoridad o control del prestador que facilite la localización de esos contenidos.

CAPÍTULO III

Códigos de conducta

Artículo 18. *Códigos de conducta.*

1. Las administraciones públicas impulsarán, a través de la coordinación y el asesoramiento, la elaboración y aplicación de códigos de conducta voluntarios, por parte de las corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores, en las materias reguladas en esta Ley. La Administración General del Estado fomentará, en especial, la elaboración de códigos de conducta de ámbito comunitario o internacional.

Los códigos de conducta que afecten a los consumidores y usuarios estarán sujetos, además, al capítulo V de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.

Los códigos de conducta podrán tratar, en particular, sobre los procedimientos para la detección y retirada de contenidos ilícitos y la protección de los destinatarios frente al envío por vía electrónica de comunicaciones comerciales no solicitadas, así como sobre los procedimientos extrajudiciales para la resolución de los conflictos que surjan por la prestación de los servicios de la sociedad de la información.

2. En la elaboración de dichos códigos, habrá de garantizarse la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y la de las organizaciones representativas de personas con discapacidades físicas o psíquicas, cuando afecten a sus respectivos intereses.

Cuando su contenido pueda afectarles, los códigos de conducta tendrán especialmente en cuenta la protección de los menores y de la dignidad humana, pudiendo elaborarse, en caso necesario, códigos específicos sobre estas materias.

Los poderes públicos estimularán, en particular, el establecimiento de criterios comunes acordados por la industria para la clasificación y etiquetado de contenidos y la adhesión de los prestadores a los mismos.

3. Los códigos de conducta a los que hacen referencia los apartados precedentes deberán ser accesibles por vía electrónica. Se fomentará su traducción a otras lenguas oficiales, en el Estado y de la Unión Europea, con objeto de darles mayor difusión.

TÍTULO III

Comunicaciones comerciales por vía electrónica

Artículo 19. *Régimen jurídico.*

1. Las comunicaciones comerciales y las ofertas promocionales se regirán, además de por la presente Ley, por su normativa propia y la vigente en materia comercial y de publicidad.

2. En todo caso, será de aplicación la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y su normativa de desarrollo, en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales.

Artículo 20. *Información exigida sobre las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.*

1. Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales, y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan también deberá ser claramente identificable.

2. En los supuestos de ofertas promocionales, como las que incluyan descuentos, premios y regalos, y de concursos o juegos promocionales, previa la correspondiente autorización, se deberá asegurar, además del cumplimiento de los requisitos establecidos en el apartado anterior y en las normas de ordenación del comercio, que queden claramente identificados como tales y que las condiciones de acceso y, en su caso, de participación sean fácilmente accesibles y se expresen de forma clara e inequívoca.

3. Lo dispuesto en los apartados anteriores se entiende sin perjuicio de lo que dispongan las normativas dictadas por las Comunidades Autónomas con competencias exclusivas sobre consumo.

4. En todo caso, queda prohibido el envío de comunicaciones comerciales en las que se disimule o se oculte la identidad del remitente por cuenta de quien se efectúa la comunicación o que contravengan lo dispuesto en este artículo, así como aquéllas en las que se incite a los destinatarios a visitar páginas de Internet que contravengan lo dispuesto en este artículo.

Artículo 21. *Prohibición de comunicaciones comerciales realizadas a través de correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes.*

1. Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.

Cuando las comunicaciones hubieran sido remitidas por correo electrónico, dicho medio deberá consistir necesariamente en la inclusión de una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida donde pueda ejercitarse este derecho, quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección.

Artículo 22. *Derechos de los destinatarios de servicios.*

1. El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente.

A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado. Cuando las comunicaciones hubieran sido remitidas por correo electrónico dicho medio deberá consistir necesariamente en la inclusión de una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida donde pueda ejercitarse este derecho quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección.

Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.

2. Los prestadores de servicios podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos, con arreglo a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Cuando sea técnicamente posible y eficaz, el consentimiento del destinatario para aceptar el tratamiento de los datos podrá facilitarse mediante el uso de los parámetros adecuados del navegador o de otras aplicaciones.

Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso de índole técnica al solo fin de efectuar la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónicas o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario.

TÍTULO IV

Contratación por vía electrónica

Artículo 23. *Validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica.*

1. Los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, cuando concurran el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez.

Los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en este Título, por los Códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial.

2. Para que sea válida la celebración de contratos por vía electrónica no será necesario el previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos.

3. Siempre que la Ley exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo conste por escrito, este requisito se entenderá satisfecho si el contrato o la información se contiene en un soporte electrónico.

4. No será de aplicación lo dispuesto en el presente Título a los contratos relativos al Derecho de familia y sucesiones.

Los contratos, negocios o actos jurídicos en los que la Ley determine para su validez o para la producción de determinados efectos la forma documental pública, o que requieran por Ley la intervención de órganos jurisdiccionales, notarios, registradores de la propiedad y mercantiles o autoridades públicas, se regirán por su legislación específica.

Artículo 24. *Prueba de los contratos celebrados por vía electrónica.*

1. La prueba de la celebración de un contrato por vía electrónica y la de las obligaciones que tienen su origen en él se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico.

Cuando los contratos celebrados por vía electrónica estén firmados electrónicamente se estará a lo establecido en el artículo 3 de la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

2. En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental.

Artículo 25. *Intervención de terceros de confianza.*

(Derogado)

Artículo 26. *Ley aplicable.*

Para la determinación de la ley aplicable a los contratos electrónicos se estará a lo dispuesto en las normas de Derecho internacional privado del ordenamiento jurídico español, debiendo tomarse en consideración para su aplicación lo establecido en los artículos 2 y 3 de esta Ley.

Artículo 27. *Obligaciones previas a la contratación.*

1. Además del cumplimiento de los requisitos en materia de información que se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de poner a disposición del destinatario, antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos:

a) Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.

b) Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.

c) Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y

d) La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

La obligación de poner a disposición del destinatario la información referida en el párrafo anterior se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en dicho párrafo.

Cuando el prestador diseñe específicamente sus servicios de contratación electrónica para ser accedidos mediante dispositivos que cuenten con pantallas de formato reducido, se entenderá cumplida la obligación establecida en este apartado cuando facilite de manera permanente, fácil, directa y exacta la dirección de Internet en que dicha información es puesta a disposición del destinatario.

2. El prestador no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando:

a) Ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o

b) El contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente.

3. Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación específica, las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio.

4. Con carácter previo al inicio del procedimiento de contratación, el prestador de servicios deberá poner a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario.

Artículo 28. *Información posterior a la celebración del contrato.*

1. El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo por alguno de los siguientes medios:

a) El envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente a la dirección que el aceptante haya señalado, en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación, o

b) La confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto como el aceptante haya completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario.

En los casos en que la obligación de confirmación corresponda a un destinatario de servicios, el prestador facilitará el cumplimiento de dicha obligación, poniendo a disposición del destinatario alguno de los medios indicados en este apartado. Esta obligación será exigible tanto si la confirmación debiera dirigirse al propio prestador o a otro destinatario.

2. Se entenderá que se ha recibido la aceptación y su confirmación cuando las partes a que se dirijan puedan tener constancia de ello.

En el caso de que la recepción de la aceptación se confirme mediante acuse de recibo, se presumirá que su destinatario puede tener la referida constancia desde que aquél haya sido almacenado en el servidor en que esté dada de alta su cuenta de correo electrónico, o en el dispositivo utilizado para la recepción de comunicaciones.

3. No será necesario confirmar la recepción de la aceptación de una oferta cuando:

a) Ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o

b) El contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente, cuando estos medios no sean empleados con el exclusivo propósito de eludir el cumplimiento de tal obligación.

Artículo 29. *Lugar de celebración del contrato.*

Los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que éste tenga su residencia habitual.

Los contratos electrónicos entre empresarios o profesionales, en defecto de pacto entre las partes, se presumirán celebrados en el lugar en que esté establecido el prestador de servicios.

TÍTULO V

Solución judicial y extrajudicial de conflictos

CAPÍTULO I

Acción de cesación

Artículo 30. *Acción de cesación.*

1. Contra las conductas contrarias a la presente Ley que lesionen intereses colectivos o difusos de los consumidores podrá interponerse acción de cesación.
2. La acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta contraria a la presente Ley y a prohibir su reiteración futura. Asimismo, la acción podrá ejercerse para prohibir la realización de una conducta cuando ésta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inminente.
3. La acción de cesación se ejercerá conforme a las prescripciones de la Ley de Enjuiciamiento Civil para esta clase de acciones.

Artículo 31. *Legitimación activa.*

Están legitimados para interponer la acción de cesación:

a) Las personas físicas o jurídicas titulares de un derecho o interés legítimo, incluidas aquéllas que pudieran verse perjudicadas por infracciones de las disposiciones contenidas en los artículos 21 y 22, entre ellas, los proveedores de servicios de comunicaciones electrónicas que deseen proteger sus intereses comerciales legítimos o los intereses de sus clientes.
b) Los grupos de consumidores o usuarios afectados, en los casos y condiciones previstos en la Ley de Enjuiciamiento Civil.
c) Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan los requisitos establecidos en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, o, en su caso, en la legislación autonómica en materia de defensa de los consumidores.
d) El Ministerio Fiscal.
e) El Instituto Nacional del Consumo y los órganos correspondientes de las Comunidades Autónomas y de las Corporaciones Locales competentes en materia de defensa de los consumidores.
f) Las entidades de otros Estados miembros de la Unión Europea constituidas para la protección de los intereses colectivos o difusos de los consumidores que estén habilitadas ante la Comisión Europea mediante su inclusión en la lista publicada a tal fin en el "Diario Oficial de las Comunidades Europeas".
Los Jueces y Tribunales aceptarán dicha lista como prueba de la capacidad de la entidad habilitada para ser parte, sin perjuicio de examinar si la finalidad de la misma y los intereses afectados legitiman el ejercicio de la acción.

CAPÍTULO II

Solución extrajudicial de conflictos

Artículo 32. *Solución extrajudicial de conflictos.*

1. El prestador y el destinatario de servicios de la sociedad de la información podrán someter sus conflictos a los arbitrajes previstos en la legislación de arbitraje y de defensa de los consumidores y usuarios, y a los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos que se instauren por medio de códigos de conducta u otros instrumentos de autorregulación.

2. En los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que hace referencia el apartado anterior, podrá hacerse uso de medios electrónicos, en los términos que establezca su normativa específica.

TÍTULO VI

Información y control

Artículo 33. *Información a los destinatarios y prestadores de servicios.*

Los destinatarios y prestadores de servicios de la sociedad de la información podrán dirigirse a cualesquiera órganos competentes en materia de sociedad de la información, sanidad y consumo de las Administraciones Públicas, para:

a) Conseguir información general sobre sus derechos y obligaciones contractuales en el marco de la normativa aplicable a la contratación electrónica,

b) Informarse sobre los procedimientos de resolución judicial y extrajudicial de conflictos, y

c) Obtener los datos de las autoridades, asociaciones u organizaciones que puedan facilitarles información adicional o asistencia práctica.

La comunicación con dichos órganos podrá hacerse por medios electrónicos.

Artículo 34. *Comunicación de resoluciones relevantes.*

1. El Consejo General del Poder Judicial remitirá al Ministerio de Justicia, en la forma y con la periodicidad que se acuerde mediante Convenio entre ambos órganos, todas las resoluciones judiciales que contengan pronunciamientos relevantes sobre la validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica, sobre su utilización como prueba en juicio, o sobre los derechos, obligaciones y régimen de responsabilidad de los destinatarios y los prestadores de servicios de la sociedad de la información.

2. Los órganos arbitrales y los responsables de los demás procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos a que se refiere el artículo 32.1 comunicarán al Ministerio de Justicia los laudos o decisiones que revistan importancia para la prestación de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico de acuerdo con los criterios indicados en el apartado anterior.

3. En la comunicación de las resoluciones, laudos y decisiones a que se refiere este artículo, se tomarán las precauciones necesarias para salvaguardar el derecho a la intimidad y a la protección de los datos personales de las personas identificadas en ellos.

4. El Ministerio de Justicia remitirá a la Comisión Europea y facilitará el acceso de cualquier interesado a la información recibida de conformidad con este artículo.

Artículo 35. *Supervisión y control.*

1. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital controlará:

a) El cumplimiento por los prestadores de servicios de la sociedad de la información de las obligaciones establecidas en esta Ley y en sus disposiciones de desarrollo, en lo que se refiere a los servicios propios de la sociedad de la información.

b) El cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea, por parte de aquellos proveedores incluidos en su ámbito de aplicación.

c) El cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Reglamento (UE) 2022/868 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2022, relativo a la gobernanza europea de datos y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/1724 por parte de proveedores de servicios de intermediación de datos y organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas incluidos en su ámbito de aplicación.

No obstante, las referencias a los órganos competentes contenidas en los artículos 8, 10, 11, 15, 16, 17 y 38 se entenderán hecha a los órganos jurisdiccionales o administrativos que, en cada caso, lo sean en función de la materia.

2. Los órganos citados en el apartado 1 de este artículo podrán realizar las actuaciones inspectoras que sean precisas para el ejercicio de su función de control.

Los funcionarios adscritos a dichos órganos y que ejerzan la inspección a que se refiere el párrafo anterior tendrán la consideración de autoridad pública en el desempeño de sus cometidos.

3. En todo caso, y no obstante lo dispuesto en el apartado anterior, cuando las conductas realizadas por los prestadores de servicios de la sociedad de la información estuvieran sujetas, por razón de la materia o del tipo de entidad de que se trate, a ámbitos competenciales, de tutela o de supervisión específicos, con independencia de que se lleven a cabo utilizando técnicas y medios telemáticos o electrónicos, los órganos a los que la legislación sectorial atribuya competencias de control, supervisión, inspección o tutela específica ejercerán las funciones que les correspondan.

Artículo 35 bis. *Registro nacional de organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas.*

1. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital establecerá, mantendrá y publicará el registro nacional de organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas, según lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) 2022/868 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2022, relativo a la gobernanza europea de datos y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2018/1724.

2. El plazo máximo para dictar y notificar resolución en el procedimiento de verificación previa de cumplimiento de los requisitos establecidos en el citado Reglamento (UE) 2022/868 para la inscripción en el registro de las organizaciones de gestión de datos con fines altruistas será de 12 semanas, transcurridas las cuales se podrá entender desestimada la solicitud.

Artículo 36. *Deber de colaboración.*

1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información tienen la obligación de facilitar al Ministerio de Ciencia y Tecnología y a los demás órganos a que se refiere el artículo anterior toda la información y colaboración precisas para el ejercicio de sus funciones.

Igualmente, deberán permitir a sus agentes o al personal inspector el acceso a sus instalaciones y la consulta de cualquier documentación relevante para la actividad de control de que se trate, siendo de aplicación, en su caso, lo dispuesto en el artículo 8.5 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

2. Cuando, como consecuencia de una actuación inspectora, se tuviera conocimiento de hechos que pudieran ser constitutivos de infracciones tipificadas en otras leyes, estatales o autonómicas, se dará cuenta de los mismos a los órganos u organismos competentes para su supervisión y sanción.

Artículo 36 bis. *Deber de comunicación de las organizaciones y asociaciones representativas de usuarios profesionales o de los usuarios de sitios web corporativos.*

Las organizaciones y asociaciones que posean un interés legítimo de representación de usuarios profesionales o de los usuarios de sitios web corporativos, y que, cumpliendo con los requisitos del artículo 14.3 del Reglamento (UE) 2019/1150, hubieren solicitado al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital su inclusión en la lista elaborada al efecto por la Comisión Europea, notificarán inmediatamente al citado Ministerio cualquier circunstancia que afecte a su entidad que derive en un incumplimiento sobrevenido de los mencionados requisitos.

TÍTULO VII

Infracciones y sanciones

Artículo 37. *Responsables.*

Están sujetos al régimen sancionador establecido en este título:

a) Los prestadores de servicios de la sociedad de la información a los que les sea de aplicación la presente Ley.
b) Los proveedores incluidos en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) 2019/1150.
c) Los proveedores de servicios de intermediación de datos y las organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas incluidos en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) 2022/868.

Cuando las infracciones previstas en el artículo 38.3 i) y 38.4 g) se deban a la instalación de dispositivos de almacenamiento y recuperación de la información como consecuencia de la cesión por parte del prestador del servicio de la sociedad de la información de espacios propios para mostrar publicidad, será responsable de la infracción, además del prestador del servicio de la sociedad de la información, la red publicitaria o agente que gestione directamente con aquel la colocación de anuncios en dichos espacios en caso de no haber adoptado medidas para exigirle el cumplimiento de los deberes de información y la obtención del consentimiento del usuario.

Artículo 38. *Infracciones.*

1. Las infracciones de los preceptos de esta Ley se calificarán como muy graves, graves y leves.
2. Son infracciones muy graves:

a) **(Sin contenido)**
b) El incumplimiento de la obligación de suspender la transmisión, el alojamiento de datos, el acceso a la red o la prestación de cualquier otro servicio equivalente de intermediación, cuando un órgano administrativo competente lo ordene, en virtud de lo dispuesto en el artículo 11.
c) **(Derogado)**
d) **(Derogado)**

3. Son infracciones graves:

a) **(Derogado)**
b) El incumplimiento significativo de lo establecido en los párrafos a) y f) del artículo 10.1.
c) El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, o su envío insistente o sistemático a un mismo destinatario del servicio cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21.
d) El incumplimiento significativo de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios.
e) No poner a disposición del destinatario del servicio las condiciones generales a que, en su caso, se sujete el contrato, en la forma prevista en el artículo 27.
f) El incumplimiento habitual de la obligación de confirmar la recepción de una aceptación, cuando no se haya pactado su exclusión o el contrato se haya celebrado con un consumidor.
g) La resistencia, excusa o negativa a la actuación inspectora de los órganos facultados para llevarla a cabo con arreglo a esta ley.
h) El incumplimiento significativo de lo establecido en el apartado 3 del artículo 10.
i) La reincidencia en la comisión de la infracción leve prevista en el apartado 4 g) cuando así se hubiera declarado por resolución firme dictada en los tres años inmediatamente anteriores a la apertura del procedimiento sancionador.
j) La exigencia del pago de un canon por atender la obligación prevista en el artículo 12 ter, fuera de los supuestos establecidos en el artículo 12.5 del Reglamento (UE) 2016/679.

k) El incumplimiento habitual de la obligación prevista en el artículo 12 ter.

l) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de los proveedores de servicios de intermediación en línea de cualquiera de las obligaciones establecidas en los artículos 3 a 12 del Reglamento (UE) 2019/1150.

m) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de los proveedores de motores de búsqueda en línea de cualquiera de las obligaciones establecidas en los artículos 5 y 7 del Reglamento (UE) 2019/1150.

n) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de los proveedores de servicios de intermediación de datos de cualquiera de las obligaciones previstas en el artículo 11 del Reglamento (UE) 2022/868.

ñ) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de los proveedores de servicios de intermediación de datos de cualquiera de las condiciones para la prestación de servicios de intermediación de datos establecidas en el artículo 12 del Reglamento (UE) 2022/868.

o) Actuar en el mercado como proveedor de servicios de intermediación de datos utilizando el logotipo común y la denominación «proveedor de servicios de intermediación de datos reconocido en la Unión» sin que la autoridad competente haya confirmado que cumple los requisitos necesarios según lo previsto en el artículo 11.9 del Reglamento (UE) 2022/868.

p) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de las organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas de cualquiera de los requisitos exigidos en virtud de los artículos 18, 19, 20, 21 y 22 del Reglamento (UE) 2022/868.

q) Actuar en el mercado como organización reconocida de gestión de datos con fines altruistas utilizando el logotipo común y la denominación «organización de gestión de datos con fines altruistas reconocida en la Unión» sin que la autoridad competente haya confirmado que cumple los requisitos necesarios previstos en el artículo 18 del Reglamento (UE) 2022/868.

r) El incumplimiento significativo o reiterado por parte de proveedores de servicios de intermediación de datos y de organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas de las obligaciones establecidas en el artículo 31 del Reglamento (UE) 2022/868 en materia de transferencias de datos no personales a terceros países.

4. Son infracciones leves:

a) El incumplimiento de lo previsto en el artículo 12 bis.

b) No informar en la forma prescrita por el artículo 10.1 sobre los aspectos señalados en los párrafos b), c), d), e) y g) del mismo, o en los párrafos a) y f) cuando no constituya infracción grave.

c) El incumplimiento de lo previsto en el artículo 20 para las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.

d) El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave.

e) No facilitar la información a que se refiere el artículo 27.1, cuando las partes no hayan pactado su exclusión o el destinatario sea un consumidor.

f) El incumplimiento de la obligación de confirmar la recepción de una petición en los términos establecidos en el artículo 28, cuando no se haya pactado su exclusión o el contrato se haya celebrado con un consumidor, salvo que constituya infracción grave.

g) Utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos cuando no se hubiera facilitado la información u obtenido el consentimiento del destinatario del servicio en los términos exigidos por el artículo 22.2.

h) El incumplimiento de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios cuando no constituya infracción grave.

i) El incumplimiento de lo establecido en el apartado 3 del artículo 10, cuando no constituya infracción grave.

j) La exigencia del pago de un canon por atender la obligación prevista en el artículo 12 ter, cuando así lo permita el artículo 12.5 del Reglamento (UE) 2016/679, si su cuantía excediese el importe de los costes afrontados.

k) El incumplimiento de la obligación prevista en el artículo 12 ter, cuando no constituya infracción grave.

l) El incumplimiento por parte de los proveedores de servicios de intermediación en línea de cualquiera de las obligaciones establecidas en los artículos 3 a 12 del Reglamento (UE) 2019/1150, cuando no constituya infracción grave.

m) El incumplimiento por parte de los proveedores de motores de búsqueda en línea de cualquiera de las obligaciones establecidas en los artículos 5 y 7 del Reglamento (UE) 2019/1150, cuando no constituya infracción grave.

n) El incumplimiento por parte de los proveedores de servicios de intermediación de datos de cualquiera de las obligaciones previstas en el artículo 11 del Reglamento (UE) 2022/868, cuando no constituya infracción grave.

ñ) El incumplimiento por parte de los proveedores de servicios de intermediación de datos de cualquiera de las condiciones establecidas en el artículo 12 del Reglamento (UE) 2022/868, cuando no constituya infracción grave.

o) El incumplimiento por parte de las organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas de cualquiera de los requisitos exigidos en virtud de los artículos 18, 19, 20, 21 y 22 del Reglamento (UE) 2022/868, cuando no constituya infracción grave.

p) El incumplimiento por parte de proveedores de servicios de intermediación de datos y de organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas de las obligaciones establecidas en el artículo 31 del Reglamento (UE) 2022/868 en materia de transferencias de datos no personales a terceros países, cuando no constituya infracción grave.

Artículo 39. *Sanciones.*

1. Por la comisión de las infracciones recogidas en el artículo anterior, se impondrán las siguientes sanciones:

a) Por la comisión de infracciones muy graves, multa de 150.001 hasta 600.000 euros. La reiteración en el plazo de tres años de dos o más infracciones muy graves, sancionadas con carácter firme, podrá dar lugar, en función de sus circunstancias, a la sanción de prohibición de actuación en España, durante un plazo máximo de dos años.

b) comisión de infracciones graves, multa de 30.001 hasta 150.000 euros.

c) Por la comisión de infracciones leves, multa de hasta 30.000 euros.

2. Cuando las infracciones sancionables con arreglo a lo previsto en esta Ley hubieran sido cometidas por prestadores de servicios establecidos en Estados que no sean miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, el órgano que hubiera impuesto la correspondiente sanción podrá ordenar a los prestadores de servicios de intermediación que tomen las medidas necesarias para impedir el acceso desde España a los servicios ofrecidos por aquéllos por un período máximo de dos años en el caso de infracciones muy graves, un año en el de infracciones graves y seis meses en el de infracciones leves.

3. Sin perjuicio de las sanciones económicas que pudieran imponerse con arreglo a esta ley, por la comisión de la infracción prevista en la letra p) del apartado 3 del artículo 38, o la letra o) del apartado 4 del artículo 38, se cancelará la inscripción en los registros públicos nacional y de la Unión de organizaciones reconocidas de gestión de datos con fines altruistas, así como se revocará el derecho a utilizar la denominación organización de gestión de datos con fines altruistas reconocida en la Unión.

4. Las infracciones podrán llevar aparejada alguna o algunas de las siguientes sanciones accesorias:

a) Las infracciones graves y muy graves podrán llevar aparejada la publicación, a costa del sancionado, de la resolución sancionadora en el "Boletín Oficial del Estado", o en el diario oficial de la administración pública que, en su caso, hubiera impuesto la sanción; en dos periódicos cuyo ámbito de difusión coincida con el de actuación de la citada administración pública o en la página de inicio del sitio de Internet del prestador, una vez que aquélla tenga carácter firme.

Para la imposición de esta sanción, se considerará la repercusión social de la infracción cometida, por el número de usuarios o de contratos afectados, y la gravedad del ilícito.

b) Sin perjuicio de las sanciones económicas a las que se refiere el artículo 39.1 b), a los prestadores de servicios de intermediación de datos que hayan cometido alguna de las

infracciones graves previstas en las letras n), ñ) y o) del artículo 38.3, se les podrá imponer como sanción accesoria el cese definitivo de la actividad de prestación en los términos establecidos en el artículo 14.4 del Reglamento (UE) 2022/868.

Artículo 39 bis. *Moderación de las sanciones.*

El órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en que se integra la considerada en el caso de que se trate, en los siguientes supuestos:

a) Cuando se aprecie una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho como consecuencia de la concurrencia significativa de varios de los criterios enunciados en el artículo 40.
b) Cuando la entidad infractora haya regularizado la situación irregular de forma diligente.
c) Cuando pueda apreciarse que la conducta del afectado ha podido inducir a la comisión de la infracción.
d) Cuando el infractor haya reconocido espontáneamente su culpabilidad.
e) Cuando se haya producido un proceso de fusión por absorción y la infracción fuese anterior a dicho proceso, no siendo imputable a la entidad absorbente.

Artículo 39 ter. *Apercibimiento.*

1. Los órganos con competencia sancionadora, atendida la naturaleza de los hechos y la concurrencia significativa de los criterios establecidos en los artículos 39 bis y 40, podrán acordar no iniciar la apertura del procedimiento sancionador y, en su lugar, apercibir al sujeto responsable, a fin de que en el plazo que el órgano sancionador determine, acredite la adopción de las medidas correctoras que, en cada caso, resulten pertinentes, siempre que los hechos fuesen constitutivos de infracción leve o grave conforme a lo dispuesto en esta Ley.
2. Si el apercibimiento no fuera atendido en el plazo que el órgano sancionador hubiera determinado, procederá la apertura del correspondiente procedimiento sancionador por dicho incumplimiento.

Artículo 40. *Graduación de la cuantía de las sanciones.*

La cuantía de las multas que se impongan se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

a) La existencia de intencionalidad.
b) Plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.
c) La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.
d) La naturaleza y cuantía de los perjuicios causados.
e) Los beneficios obtenidos por la infracción.
f) Volumen de facturación a que afecte la infracción cometida.
g) La adhesión a un código de conducta o a un sistema de autorregulación publicitaria aplicable respecto a la infracción cometida, que cumpla con lo dispuesto en el artículo 18 o en la disposición final octava y que haya sido informado favorablemente por el órgano u órganos competentes.
h) La adopción de medidas para mitigar o reparar el daño causado por la infracción.

Artículo 41. *Medidas de carácter provisional.*

1. En los procedimientos sancionadores por infracciones graves o muy graves se podrán adoptar, con arreglo a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sus normas de desarrollo, las medidas de carácter provisional previstas en dichas normas que se estimen necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte, el buen fin del procedimiento, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y las exigencias de los intereses generales.

En particular, podrán acordarse las siguientes:

a) Suspensión temporal de la actividad del prestador de servicios y, en su caso, cierre provisional de sus establecimientos.

b) Precinto, depósito o incautación de registros, soportes y archivos informáticos y de documentos en general, así como de aparatos y equipos informáticos de todo tipo.

c) Advertir al público de la existencia de posibles conductas infractoras y de la incoación del expediente sancionador de que se trate, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.

2. En la adopción y cumplimiento de las medidas a que se refiere el apartado anterior, se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando éstos pudieran resultar afectados.

En todos los casos en que la Constitución, las normas reguladoras de los respectivos derechos y libertades o las que resulten aplicables a las diferentes materias atribuyan competencia a los órganos jurisdiccionales para intervenir en el ejercicio de actividades o derechos, sólo la autoridad judicial competente podrá adoptar las medidas previstas en este artículo.

3. En todo caso, se respetará el principio de proporcionalidad de la medida a adoptar con los objetivos que se pretendan alcanzar en cada supuesto.

4. En casos de urgencia y para la inmediata protección de los intereses implicados, las medidas provisionales previstas en el presente artículo podrán ser acordadas antes de la iniciación del expediente sancionador. Las medidas deberán ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción, el cual podrá ser objeto del recurso que proceda.

En todo caso, dichas medidas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento sancionador en dicho plazo o cuando el acuerdo de iniciación no contenga un pronunciamiento expreso acerca de las mismas.

Artículo 42. *Multa coercitiva.*

El órgano administrativo competente para resolver el procedimiento sancionador podrá imponer multas coercitivas por importe que no exceda de 6.000 euros por cada día que transcurra sin cumplir las medidas provisionales que hubieran sido acordadas.

Artículo 43. *Competencia sancionadora.*

1. La imposición de sanciones por el incumplimiento de lo previsto en esta Ley corresponderá, en el caso de infracciones muy graves, a la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, y en el de infracciones graves y leves, a la persona titular de la Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial.

No obstante lo anterior, la imposición de sanciones por incumplimiento de las resoluciones dictadas por los órganos competentes en función de la materia o entidad de que se trate a que se refieren las letras a) y b) del artículo 38.2 de esta Ley corresponderá al órgano que dictó la resolución incumplida. Igualmente, corresponderá a la Agencia de Protección de Datos la imposición de sanciones por la comisión de las infracciones tipificadas en los artículos 38.3 c), d) e i) y 38.4 d), g) y h) de esta Ley.

2. La potestad sancionadora regulada en esta Ley se ejercerá de conformidad con lo establecido al respecto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en sus normas de desarrollo. El procedimiento tendrá una duración máxima de nueve meses a contar desde la fecha del acuerdo de iniciación. El plazo máximo de duración del procedimiento simplificado será de tres meses.

Artículo 44. *Concurrencia de infracciones y sanciones.*

1. No podrá ejercerse la potestad sancionadora a que se refiere la presente Ley cuando haya recaído sanción penal, en los casos en que se aprecie identidad de sujeto, hecho y fundamento.

No obstante, cuando se esté tramitando un proceso penal por los mismos hechos o por otros cuya separación de los sancionables con arreglo a esta Ley sea racionalmente imposible, el procedimiento quedará suspendido respecto de los mismos hasta que recaiga pronunciamiento firme de la autoridad judicial.

Reanudado el expediente, en su caso, la resolución que se dicte deberá respetar los hechos declarados probados en la resolución judicial.

2. La imposición de una sanción prevista en esta Ley no impedirá la tramitación y resolución de otro procedimiento sancionador por los órganos u organismos competentes en cada caso cuando la conducta infractora se hubiera cometido utilizando técnicas y medios telemáticos o electrónicos y resulte tipificada en otra Ley, siempre que no haya identidad del bien jurídico protegido.

3. No procederá la imposición de sanciones según lo previsto en esta Ley cuando los hechos constitutivos de infracción lo sean también de otra tipificada en la normativa sectorial a la que esté sujeto el prestador del servicio y exista identidad del bien jurídico protegido.

Cuando, como consecuencia de una actuación sancionadora, se tuviera conocimiento de hechos que pudieran ser constitutivos de infracciones tipificadas en otras leyes, se dará cuenta de los mismos a los órganos u organismos competentes para su supervisión y sanción.

Artículo 45. *Prescripción.*

Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses; las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por faltas graves a los dos años y las impuestas por faltas leves al año.

Disposición adicional primera. *Significado de los términos empleados por esta Ley.*

A los efectos de la presente Ley, los términos definidos en el anexo tendrán el significado que allí se les asigna.

Disposición adicional segunda. *Medicamentos y productos sanitarios.*

La prestación de servicios de la sociedad de la información relacionados con los medicamentos y los productos sanitarios se regirá por lo dispuesto en su legislación específica.

Disposición adicional tercera. *Sistema Arbitral de Consumo.*

El prestador y el destinatario de servicios de la sociedad de la información podrán someter sus conflictos al arbitraje de consumo, mediante la adhesión de aquéllos al Sistema Arbitral de Consumo competente que se prestará también por medios electrónicos, conforme al procedimiento establecido reglamentariamente.

Disposición adicional cuarta. *Modificación de los Códigos Civil y de Comercio.*

Uno. Se modifica el artículo 1.262 del Código Civil, que queda redactado de la siguiente manera:

> «El consentimiento se manifiesta por el concurso de la oferta y de la aceptación sobre la cosa y la causa que han de constituir el contrato.
>
> Hallándose en lugares distintos el que hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que, habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe. El contrato, en tal caso, se presume celebrado en el lugar en que se hizo la oferta.
>
> En los contratos celebrados mediante dispositivos automáticos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación.»

Dos. Se modifica el artículo 54 del Código de Comercio, que queda redactado de la siguiente manera:

> «Hallándose en lugares distintos el que hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente conoce la aceptación o desde que,

habiéndosela remitido el aceptante, no pueda ignorarla sin faltar a la buena fe. El contrato, en tal caso, se presume celebrado en el lugar en que se hizo la oferta.

En los contratos celebrados mediante dispositivos automáticos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación.»

Disposición adicional quinta. *Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos.*

(Derogada)

Disposición adicional sexta. *Sistema de asignación de nombres de dominio bajo el ".es".*

Uno. Esta disposición regula, en cumplimiento de lo previsto en la disposición adicional decimosexta de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, los principios inspiradores del sistema de asignación de nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España ".es".

Dos. La entidad pública empresarial Red.es es la autoridad de asignación, a la que corresponde la gestión del registro de nombres de dominio de Internet bajo el ".es", de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.

Tres. La asignación de nombres de dominio de Internet bajo el ".es" se realizará de conformidad con los criterios que se establecen en esta disposición, en el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet, en las demás normas específicas que se dicten en su desarrollo por la autoridad de asignación y, en la medida en que sean compatibles con ellos, con las prácticas generalmente aplicadas y las recomendaciones emanadas de las entidades y organismos internacionales que desarrollan actividades relacionadas con la gestión del sistema de nombres de dominio de Internet.

Los criterios de asignación de nombres de dominio bajo el ".es" deberán garantizar un equilibrio adecuado entre la confianza y seguridad jurídica precisas para el desarrollo del comercio electrónico y de otros servicios y actividades por vía electrónica, y la flexibilidad y agilidad requeridas para posibilitar la satisfacción de la demanda de asignación de nombres de dominio bajo el ".es", contribuyendo, de esta manera, al desarrollo de la sociedad de la información en España.

Podrán crearse espacios diferenciados bajo el ".es", que faciliten la identificación de los contenidos que alberguen en función de su titular o del tipo de actividad que realicen. Entre otros, podrán crearse indicativos relacionados con la educación, el entretenimiento y el adecuado desarrollo moral de la infancia y juventud. Estos nombres de dominio de tercer nivel se asignarán en los términos que se establezcan en el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet.

Cuatro. Podrán solicitar la asignación de nombres de dominio bajo el ".es", en los términos que se prevean en el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet, todas las personas o entidades, con o sin personalidad jurídica, que tengan intereses o mantengan vínculos con España, siempre que reúnan los demás requisitos exigibles para la obtención de un nombre de dominio.

Los nombres de dominio bajo el ".es" se asignarán al primer solicitante que tenga derecho a ello, sin que pueda otorgarse, con carácter general, un derecho preferente para la obtención o utilización de un nombre de dominio a los titulares de determinados derechos.

La asignación de un nombre de dominio confiere a su titular el derecho a su utilización, el cual estará condicionado al cumplimiento de los requisitos que en cada caso se establezcan, así como a su mantenimiento en el tiempo. La verificación por parte de la autoridad de asignación del incumplimiento de estos requisitos dará lugar a la cancelación del nombre de dominio, previa la tramitación del procedimiento que en cada caso se determine y que deberá garantizar la audiencia de los interesados.

Los beneficiarios de un nombre de dominio bajo el ".es" deberán respetar las reglas y condiciones técnicas que pueda establecer la autoridad de asignación para el adecuado funcionamiento del sistema de nombres de dominio bajo el ".es".

La responsabilidad del uso correcto de un nombre de dominio de acuerdo con las leyes, así como del respeto a los derechos de propiedad intelectual o industrial, corresponde a la persona u organización para la que se haya registrado dicho nombre de dominio, en los

términos previstos en esta Ley. La autoridad de asignación procederá a la cancelación de aquellos nombres de dominio cuyos titulares infrinjan esos derechos o condiciones, siempre que así se ordene en la correspondiente resolución judicial, sin perjuicio de lo que se prevea en aplicación del apartado ocho de esta disposición adicional.

Cinco. En el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet se establecerán mecanismos apropiados para prevenir el registro abusivo o especulativo de nombres de dominio, el aprovechamiento indebido de términos de significado genérico o topónimos y, en general, para prevenir los conflictos que se puedan derivar de la asignación de nombres de dominio.

Asimismo, el Plan incluirá las cautelas necesarias para minimizar el riesgo de error o confusión de los usuarios en cuanto a la titularidad de nombres de dominio.

A estos efectos, la entidad pública empresarial Red.es establecerá la necesaria coordinación con los registros públicos españoles. Sus titulares deberán facilitar el acceso y consulta a dichos registros públicos, que, en todo caso, tendrá carácter gratuito para la entidad.

Cinco bis. La autoridad de asignación suspenderá cautelarmente o cancelará, de acuerdo con el correspondiente requerimiento judicial previo, los nombres de dominio mediante los cuales se esté cometiendo un delito o falta tipificado en el Código Penal. Del mismo modo procederá la autoridad de asignación cuando por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado se le dirija requerimiento de suspensión cautelar dictado como diligencia de prevención dentro de las 24 horas siguientes al conocimiento de los hechos.

Asimismo, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 8, 11 y concordantes de esta Ley, la autoridad administrativa o judicial competente como medida para obtener la interrupción de la prestación de un servicio de la sociedad de la información o la retirada de un contenido, podrá requerir a la autoridad de asignación para que suspenda cautelarmente o cancele un nombre de dominio.

De la misma forma se procederá en los demás supuestos previstos legalmente.

En los supuestos previstos en los dos párrafos anteriores, sólo podrá ordenarse la suspensión cautelar o la cancelación de un nombre de dominio cuando el prestador de servicios o persona responsable no hubiera atendido el requerimiento dictado para el cese de la actividad ilícita.

En todos los casos en que la Constitución, las normas reguladoras de los respectivos derechos y libertades o las que resulten aplicables a las diferentes materias atribuyan competencia a los órganos jurisdiccionales de forma excluyente para intervenir en el ejercicio de actividades o derechos, sólo la autoridad judicial competente podrá requerir la suspensión cautelar o la cancelación. En particular, cuando dichas medidas afecten a los derechos y libertades de expresión e información y demás amparados en los términos establecidos en el artículo 20 de la Constitución solo podrán ser decididas por los órganos jurisdiccionales competentes.

La suspensión consistirá en la imposibilidad de utilizar el nombre de dominio a los efectos del direccionamiento en Internet y la prohibición de modificar la titularidad y los datos registrales del mismo, si bien podrá añadir nuevos datos de contacto. El titular del nombre de dominio únicamente podrá renovar el mismo o modificar la modalidad de renovación. La suspensión cautelar se mantendrá hasta que sea levantada o bien, confirmada en una resolución definitiva que ordene la cancelación del nombre de dominio.

La cancelación tendrá los mismos efectos que la suspensión hasta la expiración del período de registro y si el tiempo restante es inferior a un año, por un año adicional, transcurrido el cual el nombre de dominio podrá volver a asignarse.

Seis. La asignación de nombres de dominio se llevará a cabo por medios telemáticos que garanticen la agilidad y fiabilidad de los procedimientos de registro.

La presentación de solicitudes y la práctica de notificaciones se realizarán por vía electrónica, salvo en los supuestos en que así esté previsto en los procedimientos de asignación y demás operaciones asociadas al registro de nombres de dominio.

Los agentes registradores, como intermediarios en los procedimientos relacionados con el registro de nombres de dominio, podrán prestar servicios auxiliares para la asignación y renovación de éstos, de acuerdo con los requisitos y condiciones que determine la autoridad

de asignación, los cuales garantizarán, en todo caso, el respeto al principio de libre competencia entre dichos agentes.

Siete. El Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet se aprobará mediante Orden del Ministro de Ciencia y Tecnología, a propuesta de la entidad pública empresarial Red.es.

El Plan se completará con los procedimientos para la asignación y demás operaciones asociadas al registro de nombres de dominio y direcciones de Internet que establezca el Presidente de la entidad pública empresarial Red.es, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional decimoctava de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social.

Ocho. En los términos que permitan las disposiciones aplicables, la autoridad de asignación podrá establecer un sistema de resolución extrajudicial de conflictos sobre la utilización de nombres de dominio, incluidos los relacionados con los derechos de propiedad industrial. Este sistema, que asegurará a las partes afectadas las garantías procesales adecuadas, se aplicará sin perjuicio de las eventuales acciones judiciales que las partes puedan ejercitar.

Nueve. Con la finalidad de impulsar el desarrollo de la Administración electrónica, la entidad pública empresarial Red.es podrá prestar el servicio de notificaciones administrativas telemáticas y acreditar de forma fehaciente la fecha y hora de su recepción.

Disposición adicional séptima. *Fomento de la Sociedad de la Información.*

El Ministerio de Ciencia y Tecnología como Departamento de la Administración General del Estado responsable de la propuesta al Gobierno y de la ejecución de las políticas tendentes a promover el desarrollo en España de la Sociedad de la Información, la generación de valor añadido nacional y la consolidación de una industria nacional sólida y eficiente de productos, servicios y contenidos de la Sociedad de la Información, presentará al Gobierno para su aprobación y a las Cortes Generales un plan cuatrienal para el desarrollo de la Sociedad de la Información y de convergencia con Europa con objetivos mensurables, estructurado en torno a acciones concretas, con mecanismos de seguimiento efectivos, que aborde de forma equilibrada todos los frentes de actuación, contemplando diversos horizontes de maduración de las iniciativas y asegurando la cooperación y la coordinación del conjunto de las Administraciones públicas.

Este plan establecerá, asimismo, los objetivos, las acciones, los recursos y la periodificación del proceso de convergencia con los países de nuestro entorno comunitario en línea con las decisiones y recomendaciones de la Unión Europea.

En este sentido, el plan deberá:

Potenciar decididamente las iniciativas de formación y educación en las tecnologías de la información para extender su uso; especialmente, en el ámbito de la educación, la cultura, la gestión de las empresas, el comercio electrónico y la sanidad.

Profundizar en la implantación del gobierno y la administración electrónica incrementando el nivel de participación ciudadana y mejorando el grado de eficiencia de las Administraciones públicas.

Disposición adicional octava. *Colaboración de los registros de nombres de dominio establecidos en España en la lucha contra actividades ilícitas.*

1. Los registros de nombres de dominio establecidos en España estarán sujetos a lo establecido en el apartado Cinco bis de la disposición adicional sexta, respecto de los nombres de dominio que asignen.

2. Las entidades de registro de nombres de dominio establecidas en España estarán obligadas a facilitar los datos relativos a los titulares de los nombres de dominio que soliciten las autoridades públicas para el ejercicio de sus competencias de inspección, control y sanción cuando las infracciones administrativas que se persigan tengan relación directa con la actividad de una página de Internet identificada con los nombres de dominio que asignen.

Tales datos se facilitarán así mismo, cuando sean necesarios para la investigación y mitigación de incidentes de ciberseguridad en los que estén involucrados equipos relacionados con un nombre de dominio de los encomendados a su gestión. Dicha

información será proporcionada al órgano, organismo o entidad que se determine legal o reglamentariamente.

En ambos supuestos, la solicitud deberá formularse mediante escrito motivado en el que se especificarán los datos requeridos y la necesidad y proporcionalidad de los datos solicitados para el fin que se persigue. Si los datos demandados son datos personales, su cesión no precisará el consentimiento de su titular.

Disposición adicional novena. *Gestión de incidentes de ciberseguridad que afecten a la red de Internet.*

1. Los prestadores de servicios de la Sociedad de la Información, los registros de nombres de dominio y los agentes registradores que estén establecidos en España están obligados a prestar su colaboración con el CERT competente, en la resolución de incidentes de ciberseguridad que afecten a la red de Internet y actuar bajo las recomendaciones de seguridad indicadas o que sean establecidas en los códigos de conducta que de esta Ley se deriven.

Los órganos, organismos públicos o cualquier otra entidad del sector público que gestionen equipos de respuesta a incidentes de seguridad colaborarán con las autoridades competentes para la aportación de las evidencias técnicas necesarias para la persecución de los delitos derivados de dichos incidentes de ciberseguridad.

2. Para el ejercicio de las funciones y obligaciones anteriores, los prestadores de servicios de la Sociedad de la información, respetando el secreto de las comunicaciones, suministrarán la información necesaria al CERT competente, y a las autoridades competentes, para la adecuada gestión de los incidentes de ciberseguridad, incluyendo las direcciones IP que puedan hallarse comprometidas o implicadas en los mismos.

De la misma forma, los órganos, organismos públicos o cualquier otra entidad del sector público que gestionen equipos de respuesta a incidentes de seguridad podrán intercambiar información asociada a incidentes de ciberseguridad con otros CERTs o autoridades competentes a nivel nacional e internacional, siempre que dicha información sea necesaria para la prevención de incidentes en su ámbito de actuación.

3. El Gobierno pondrá en marcha, en el plazo de seis meses, un programa para impulsar un esquema de cooperación público-privada con el fin de identificar y mitigar los ataques e incidentes de ciberseguridad que afecten a la red de Internet en España. Para ello, se elaborarán códigos de conducta en materia de ciberseguridad aplicables a los diferentes prestadores de servicios de la sociedad de la información, y a los registros de nombres de dominio y agentes registradores establecidos en España.

Los códigos de conducta determinarán el conjunto de normas, medidas y recomendaciones a implementar que permitan garantizar una gestión eficiente y eficaz de dichos incidentes de ciberseguridad, el régimen de colaboración y condiciones de adhesión e implementación, así como los procedimientos de análisis y revisión de las iniciativas resultantes.

La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información coordinará las actuaciones que se pongan en marcha derivadas de estos códigos de conducta.

4. Conforme a los códigos de conducta que se definan en particular, los prestadores de servicios de la sociedad de la información deberán identificar a los usuarios afectados por los incidentes de ciberseguridad que les sean notificados por el CERT competente, e indicarles las acciones que deben llevar a cabo y que están bajo su responsabilidad, así como los tiempos de actuación. En todo caso, se les proporcionará información sobre los perjuicios que podrían sufrir u ocasionar a terceros si no colaboran en la resolución de los incidentes de ciberseguridad a que se refiere esta disposición.

En el caso de que los usuarios no ejerciesen en el plazo recomendado su responsabilidad en cuanto a la desinfección o eliminación de los elementos causantes del incidente de ciberseguridad, los prestadores de servicios deberán, bajo requerimiento del CERT competente, aislar dicho equipo o servicio de la red, evitando así efectos negativos a terceros hasta el cese de la actividad maliciosa.

El párrafo anterior será de aplicación a cualquier equipo o servicio geolocalizado en España o que esté operativo bajo un nombre de dominio «.es» u otros cuyo Registro esté establecido en España.

5. Reglamentariamente se determinará los órganos, organismos públicos o cualquier otra entidad del sector público que ejercerán las funciones de equipo de respuesta a incidentes de seguridad o CERT competente a los efectos de lo previsto en la presente disposición.

6. La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información garantizará un intercambio fluido de información con la Secretaría de Estado de Seguridad del Ministerio del Interior sobre incidentes, amenazas y vulnerabilidades según lo contemplado en la Ley 8/2011, de 28 de abril, por la que se establecen medidas para la Protección de las Infraestructuras Críticas. En este sentido se establecerán mecanismos de coordinación entre ambos órganos para garantizar la provisión de una respuesta coordinada frente a incidentes en el marco de la presente Ley.

Disposición transitoria única. *Anotación en los correspondientes registros públicos de los nombres de dominio otorgados antes de la entrada en vigor de esta Ley.*

Los prestadores de servicios que, a la entrada en vigor de esta Ley, ya vinieran utilizando uno o más nombres de dominio o direcciones de Internet deberán solicitar la anotación de, al menos, uno de ellos en el registro público en que figuraran inscritos a efectos constitutivos o de publicidad, en el plazo de un año desde la referida entrada en vigor.

Disposición final primera. *Modificación del artículo 37 de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.*

Se modifica el párrafo a) del apartado 1 del artículo 37 de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, que queda redactada en los siguientes términos:

> «a) Que los ciudadanos puedan recibir conexión a la red telefónica pública fija y acceder a la prestación del servicio telefónico fijo disponible para el público. La conexión debe ofrecer al usuario la posibilidad de emitir y recibir llamadas nacionales e internacionales y permitir la transmisión de voz, fax y datos a velocidad suficiente para acceder de forma funcional a Internet.
>
> A estos efectos, se considerará que la velocidad suficiente a la que se refiere el párrafo anterior es la que se utiliza de manera generalizada para acceder a Internet por los abonados al servicio telefónico fijo disponible para el público con conexión a la red mediante pares de cobre y módem para banda vocal.»

Disposición final segunda. *Modificación de la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.*

Se modifica el apartado 10 de la disposición adicional sexta de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, que quedará redactado como sigue:

> «10. Tasa por asignación del recurso limitado de nombres de dominio y direcciones de Internet.
>
> a) Hecho imponible.
>
> El hecho imponible de la tasa por asignación de nombres de dominio y direcciones de Internet estará constituido por la realización por la entidad pública empresarial Red.es de las actividades necesarias para la asignación y renovación de nombres de dominio y direcciones de Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es).
>
> b) Sujetos pasivos.
>
> Serán sujetos pasivos de la tasa los solicitantes de la asignación o renovación de los nombres y direcciones de Internet.
>
> c) Cuantía.
>
> La cuantía de la tasa será única por cada nombre o dirección cuya asignación o renovación se solicite. En ningún caso se procederá a la asignación o a la renovación del nombre o dirección sin que se haya efectuado previamente el pago de la tasa.

Sólo podrán modificarse mediante Ley el número e identidad de los elementos y criterios de cuantificación con base en los cuales se determinan las cuotas exigibles.

A los efectos previstos en el párrafo anterior, se consideran elementos y criterios de cuantificación del importe exigible por asignación anual inicial de los nombres de dominio o direcciones de Internet el número asignado, el coste de las actividades de comprobación y verificación de las solicitudes de asignación, así como el nivel en que se produzca la asignación y, en el caso de renovación anual en los años sucesivos, el coste del mantenimiento de la asignación y de las actividades de comprobación y de actualización de datos.

Igualmente, se atenderá al número de nombres o direcciones de Internet asignados y a la actuación a través de agentes registradores para concretar la cuantía de la tasa.

El establecimiento y modificación de las cuantías resultantes de la aplicación de los elementos y criterios de cuantificación a que se refieren los párrafos anteriores podrá efectuarse mediante Orden ministerial.

No obstante lo dispuesto en los párrafos anteriores de este apartado, en los supuestos de carácter excepcional en que así esté previsto en el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet y en los términos que en el mismo se fijen, con base en el especial valor de mercado del uso de determinados nombres y direcciones, la cuantía por asignación anual inicial podrá sustituirse por la que resulte de un procedimiento de licitación en el que se fijará un valor inicial de referencia estimado. Si el valor de adjudicación de la licitación resultase superior a dicho valor de referencia, aquél constituirá el importe de la tasa. En los supuestos en que se siga este procedimiento de licitación, el Ministerio de Ciencia y Tecnología requerirá, con carácter previo a su convocatoria, a la autoridad competente para el Registro de Nombres de Dominio para que suspenda el otorgamiento de los nombres y direcciones que considere afectados por su especial valor económico. A continuación, se procederá a aprobar el correspondiente pliego de bases que establecerá, tomando en consideración lo previsto en el Plan Nacional de Nombres de Dominio de Internet, los requisitos, condiciones y régimen aplicable a la licitación.

d) Devengo.

La tasa se devengará en la fecha en que se proceda, en los términos que se establezcan reglamentariamente, a la admisión de la solicitud de asignación o de renovación de los nombres o direcciones de Internet, que no se tramitará sin que se haya efectuado el pago correspondiente.

e) Exacción y gestión recaudatoria.

La exacción de la tasa se producirá a partir de la atribución de su gestión a la entidad pública empresarial Red.es y de la determinación del procedimiento para su liquidación y pago, mediante Orden ministerial.

Los modelos de declaración, plazos y formas de pago de la tasa se aprobarán mediante resolución de la entidad pública empresarial Red.es.

El importe de los ingresos obtenidos por esta tasa se destinará a financiar los gastos de la entidad pública empresarial Red.es por las actividades realizadas en el cumplimiento de las funciones asignadas a la misma en los párrafos a), b), c) y d) del apartado 4 de esta disposición, ingresándose, en su caso, el excedente en el Tesoro Público, de acuerdo con la proporción y cuantía que se determine mediante resolución conjunta de las Secretarías de Estado de Presupuestos y Gastos y de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, a propuesta de esta última.»

Disposición final tercera. *Adición de una nueva disposición transitoria a la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.*

Se añade a la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, una nueva disposición transitoria duodécima, con la siguiente redacción:

«Disposición transitoria duodécima. *Criterios para el desarrollo del plan de actualización tecnológica de la red de acceso de la red telefónica pública fija.*

En el plazo máximo de cinco meses a partir de la entrada en vigor de esta disposición, el operador designado para la prestación del servicio universal presentará al Ministerio de Ciencia y Tecnología, para su aprobación en el plazo de un mes, previo informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, un plan de actuación detallado para garantizar que las conexiones a la red telefónica pública fija posibiliten a sus abonados el acceso funcional a Internet y, en particular, a los conectados mediante Telefonía Rural de Acceso Celular (TRAC).

El desarrollo del plan estará sujeto a las siguientes condiciones:

a) Incluirá soluciones tecnológicas eficientes disponibles en el mercado para garantizar el derecho de los usuarios a disponer, previa solicitud a partir de la aprobación del plan, de la posibilidad de acceso funcional a Internet en el plazo máximo de sesenta días desde la fecha de dicha solicitud en las zonas con cobertura. Estas soluciones tecnológicas deberán prever su evolución a medio plazo hacia velocidades de banda ancha sin que ello conlleve necesariamente su sustitución.

b) La implantación en la red de acceso de las soluciones tecnológicas a las que se refiere el párrafo a) deberá alcanzar a los abonados al servicio telefónico fijo disponible al público que, en la fecha de aprobación del plan, no tienen la posibilidad de acceso funcional a Internet, de acuerdo con el siguiente calendario:

1.º Al menos al 30 por 100 antes del 30 de junio de 2003.
2.º Al menos al 70 por 100 antes del 31 de diciembre de 2003.
3.º El 100 por 100 antes del 31 de diciembre de 2004.

En todo caso, esta implantación alcanzará, al menos, al 50 por 100 de los citados abonados en cada una de las Comunidades Autónomas antes del 31 de diciembre de 2003.

c) En el plan de actuación deberá priorizarse el despliegue al que se refiere el párrafo b) con arreglo al criterio de mayor densidad de abonados afectados.

d) A los efectos de lo dispuesto en los apartados anteriores y en caso de que sea necesario, el operador designado para la prestación del servicio universal podrá concluir con otros operadores titulares de concesiones de dominio público radioeléctrico, contratos de cesión de derechos de uso de las bandas de frecuencias necesarias para el cumplimiento de los objetivos establecidos en esta disposición. Dichos contratos deberán ser sometidos a la previa aprobación por parte del Ministerio de Ciencia y Tecnología, que podrá establecer las condiciones de salvaguarda del interés público que estime necesarias.»

Disposición final cuarta. *Modificación de la disposición derogatoria única de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.*

Se modifica el último párrafo de la disposición derogatoria única de la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, que queda redactado de la siguiente forma:

«Igualmente, quedan derogadas cuantas otras disposiciones de igual o inferior rango a la presente Ley se opongan a lo dispuesto en ella y, en especial, a lo dispuesto en el artículo 37.1.ª), en lo relativo a la velocidad de transmisión de datos.»

Disposición final quinta. *Adecuación de la regulación reglamentaria sobre contratación telefónica o electrónica con condiciones generales a esta Ley.*

El Gobierno, en el plazo de un año, modificará el Real Decreto 1906/1999, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación telefónica o electrónica con condiciones generales en desarrollo del artículo 5.3 de la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación, para adaptar su contenido a lo dispuesto en esta Ley.

En dicha modificación, el Gobierno tendrá especialmente en cuenta la necesidad de facilitar la utilización real de los contratos electrónicos, conforme al mandato recogido en el artículo 9.1 de la Directiva 2000/31/CE.

Disposición final sexta. *Fundamento constitucional.*

Esta Ley se dicta al amparo del artículo 149.1.6.ª, 8.ª y 21.ª de la Constitución, sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas.

Disposición final séptima. *Habilitación al Gobierno.*

Se habilita al Gobierno para desarrollar mediante Reglamento lo previsto en esta Ley.

Disposición final octava. *Distintivo de adhesión a códigos de conducta que incorporen determinadas garantías.*

En el plazo de un año a partir de la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno aprobará un distintivo que permita identificar a los prestadores de servicios que respeten códigos de conducta adoptados con la participación del Consejo de Consumidores y Usuarios, y que incluyan, entre otros contenidos, la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo o a otros sistemas de resolución extrajudicial de conflictos que respeten los principios establecidos en la normativa comunitaria sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores, en los términos que reglamentariamente se establezcan.

Disposición final novena. *Entrada en vigor.*

Esta Ley entrará en vigor a los tres meses de su publicación en el "Boletín Oficial del Estado".

No obstante, las disposiciones adicional sexta y finales primera, segunda, tercera y cuarta de esta Ley entrarán en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial del Estado".

ANEXO

Definiciones

A los efectos de esta Ley, se entenderá por:

a) "Servicios de la sociedad de la información" o "servicios": todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Son servicios de la sociedad de la información, entre otros y siempre que representen una actividad económica, los siguientes:

1.º La contratación de bienes o servicios por vía electrónica.

2.º La organización y gestión de subastas por medios electrónicos o de mercados y centros comerciales virtuales.

3.º La gestión de compras en la red por grupos de personas.

4.º El envío de comunicaciones comerciales.

5.º El suministro de información por vía telemática.

No tendrán la consideración de servicios de la sociedad de la información los que no reúnan las características señaladas en el primer párrafo de este apartado y, en particular, los siguientes:

1.º Los servicios prestados por medio de telefonía vocal, fax o télex.

2.º El intercambio de información por medio de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan.

3.º Los servicios de radiodifusión televisiva (incluidos los servicios de cuasivídeo a la carta), contemplados en el artículo 3.ª) de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, del Consejo, de 3 de octubre, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, o cualquier otra que la sustituya.

4.º Los servicios de radiodifusión sonora, y

5.º El teletexto televisivo y otros servicios equivalentes como las guías electrónicas de programas ofrecidas a través de las plataformas televisivas.

b) "Servicio de intermediación": servicio de la sociedad de la información por el que se facilita la prestación o utilización de otros servicios de la sociedad de la información o el acceso a la información.

Son servicios de intermediación la provisión de servicios de acceso a Internet, la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios, el alojamiento en los propios servidores de datos, aplicaciones o servicios suministrados por otros y la provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de Internet.

c) "Prestador de servicios" o "prestador": persona física o jurídica que proporciona un servicio de la sociedad de la información.

d) "Destinatario del servicio" o "destinatario": persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información.

e) "Consumidor": persona física o jurídica en los términos establecidos en el artículo 1 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

f) "Comunicación comercial": toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica.

g) "Profesión regulada": toda actividad profesional que requiera para su ejercicio la obtención de un título, en virtud de disposiciones legales o reglamentarias.

h) "Contrato celebrado por vía electrónica" o "contrato electrónico": todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

i) "Ámbito normativo coordinado": todos los requisitos aplicables a los prestadores de servicios de la sociedad de la información, ya vengan exigidos por la presente Ley u otras normas que regulen el ejercicio de actividades económicas por vía electrónica, o por las leyes generales que les sean de aplicación, y que se refieran a los siguientes aspectos:

1.º Comienzo de la actividad, como las titulaciones profesionales o cualificaciones requeridas, la publicidad registral, las autorizaciones administrativas o colegiales precisas, los regímenes de notificación a cualquier órgano u organismo público o privado, y

2.º Posterior ejercicio de dicha actividad, como los requisitos referentes a la actuación del prestador de servicios, a la calidad, seguridad y contenido del servicio, o los que afectan a la publicidad y a la contratación por vía electrónica y a la responsabilidad del prestador de servicios.

No quedan incluidos en este ámbito las condiciones relativas a las mercancías y bienes tangibles, a su entrega ni a los servicios no prestados por medios electrónicos.

j) "Órgano competente": todo órgano jurisdiccional o administrativo, ya sea de la Administración General del Estado, de las Administraciones Autonómicas, de las Entidades locales o de sus respectivos organismos o entes públicos dependientes, que actúe en el ejercicio de competencias legalmente atribuidas.

§ 3

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 10, de 11 de enero de 1991
Última modificación: 29 de julio de 2025
Referencia: BOE-A-1991-628

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Finalidad.*

Esta ley tiene por objeto la protección de la competencia en interés de todos los que participan en el mercado, y a tal fin establece la prohibición de los actos de competencia desleal, incluida la publicidad ilícita en los términos de la Ley General de Publicidad.

[. . .]

CAPÍTULO II

Actos de competencia desleal

[. . .]

Artículo 10. *Actos de comparación.*

La comparación pública, incluida la publicidad comparativa, mediante una alusión explícita o implícita a un competidor estará permitida si cumple los siguientes requisitos:

a) Los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.

b) La comparación se realizará de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes o servicios, entre las cuales podrá incluirse el precio.

c) En el supuesto de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, denominación específica o especialidad tradicional garantizada, la comparación sólo podrá efectuarse con otros productos de la misma denominación.

d) No podrán presentarse bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido.

e) La comparación no podrá contravenir lo establecido por los artículos 5, 7, 9, 12 y 20 en materia de actos de engaño, denigración y explotación de la reputación ajena.

Artículo 11. *Actos de imitación.*

1. La imitación de prestaciones e iniciativas empresariales o profesionales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por un derecho de exclusiva reconocido por la ley.

2. No obstante, la imitación de prestaciones de un tercero se reputará desleal cuando resulte idónea para generar la asociación por parte de los consumidores respecto a la prestación o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno.

La inevitabilidad de los indicados riesgos de asociación o de aprovechamiento de la reputación ajena excluye la deslealtad de la práctica.

3. Asimismo, tendrá la consideración de desleal la imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales o profesionales de un competidor cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según las circunstancias, pueda reputarse una respuesta natural del mercado.

Artículo 12. *Explotación de la reputación ajena.*

Se considera desleal el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

En particular, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como «modelos», «sistema», «tipo», «clase» y similares.

[. . .]

Artículo 18. *Publicidad ilícita.*

La publicidad considerada ilícita por la Ley General de Publicidad, se reputará desleal.

CAPÍTULO III

Prácticas comerciales con los consumidores o usuarios

[. . .]

Artículo 20. *Practicas engañosas por confusión para los consumidores.*

En las relaciones con consumidores y usuarios, se reputan desleales aquéllas prácticas comerciales, incluida la publicidad comparativa, que, en su contexto fáctico y teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, creen confusión, incluido el riesgo de asociación, con cualesquiera bienes o servicios, marcas registradas, nombres comerciales u otras marcas distintivas de un competidor, siempre que sean susceptibles de afectar al comportamiento económico de los consumidores y usuarios.

[. . .]

Artículo 22. *Prácticas señuelo y prácticas promocionales engañosas.*

Se considera desleal por engañoso:

1. Realizar una oferta comercial de bienes o servicios a un precio determinado sin revelar la existencia de motivos razonables que hagan pensar al empresario o profesional que dichos bienes o servicios u otros equivalentes no estarán disponibles al precio ofertado durante un período suficiente y en cantidades razonables, teniendo en cuenta el tipo de bien o servicio, el alcance de la publicidad que se le haya dado y el precio de que se trate.

2. Realizar una oferta comercial de bienes o servicios a un precio determinado para luego, con la intención de promocionar un bien o servicio diferente, negarse a mostrar el bien o servicio ofertado, no aceptar pedidos o solicitudes de suministro, negarse a suministrarlo en un período de tiempo razonable, enseñar una muestra defectuosa del bien o servicio promocionado o desprestigiarlo.

3. Las prácticas comerciales relativas a las ventas en liquidación cuando sea incierto que el empresario o profesional se encuentre en alguno de los supuestos previstos en el artículo 30.1 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista o que, en cualquier otro supuesto, afirmen que el empresario o profesional está a punto de cesar en sus actividades o de trasladarse sin que vaya a hacerlo.

4. Las prácticas comerciales que ofrezcan un premio, de forma automática, o en un concurso o sorteo, sin conceder los premios descritos u otros de calidad y valor equivalente.

5. Describir un bien o servicio como «gratuito», «regalo», «sin gastos» o cualquier fórmula equivalente, si el consumidor o usuario tiene que abonar dinero por cualquier concepto distinto del coste inevitable de la respuesta a la práctica comercial y la recogida del producto o del pago por la entrega de éste.

6. Crear la impresión falsa, incluso mediante el uso de prácticas agresivas, de que el consumidor o usuario ya ha ganado, ganará o conseguirá un premio o cualquier otra ventaja equivalente si realiza un acto determinado, cuando en realidad:

a) No existe tal premio o ventaja equivalente.

b) O la realización del acto relacionado con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeto a la obligación, por parte del consumidor o usuario, de efectuar un pago o incurrir en un gasto.

[. . .]

Artículo 26. *Prácticas comerciales encubiertas.*

Se consideran desleales por engañosas las prácticas que:

1. Incluyan como información en los medios de comunicación o en servicios de la sociedad de la información o redes sociales, comunicaciones para promocionar un bien o servicio, pagando el empresario o profesional por dicha promoción, sin que quede claramente especificado en el contenido, o a través de imágenes y sonidos claramente identificables para el consumidor o usuario, que se trata de un contenido publicitario.

2. Faciliten resultados de búsquedas en respuesta a las consultas en línea efectuadas por un consumidor o usuario sin revelar claramente cualquier publicidad retribuida o pago dirigidos específicamente a que los bienes o servicios obtengan una clasificación superior en los resultados de las búsqueda, entendiendo por clasificación la preeminencia relativa atribuida a los bienes o servicios, en su presentación, organización o comunicación por parte del empresario, independientemente de los medios tecnológicos empleados para dicha presentación, organización o comunicación.

[. . .]

Artículo 30. *Prácticas agresivas en relación con los menores.*

Se reputa desleal por agresivo, incluir en la publicidad una exhortación directa a los niños para que adquieran bienes o usen servicios o convenzan a sus padres u otros adultos de que contraten los bienes o servicios anunciados.

[. . .]

CAPÍTULO IV

Acciones derivadas de la competencia desleal

Artículo 32. *Acciones.*

1. Contra los actos de competencia desleal, incluida la publicidad ilícita, podrán ejercitarse las siguientes acciones:

1.ª Acción declarativa de deslealtad.

2.ª Acción de cesación de la conducta desleal o de prohibición de su reiteración futura. Asimismo, podrá ejercerse la acción de prohibición, si la conducta todavía no se ha puesto en práctica.

3.ª Acción de remoción de los efectos producidos por la conducta desleal.

4.ª Acción de rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

5.ª Acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal, si ha intervenido dolo o culpa del agente.

6.ª Acción de enriquecimiento injusto, que sólo procederá cuando la conducta desleal lesione una posición jurídica amparada por un derecho de exclusiva u otra de análogo contenido económico.

2. En las sentencias estimatorias de las acciones previstas en el apartado anterior, números 1.ª a 4.ª, el tribunal, si lo estima procedente, y con cargo al demandado, podrá acordar la publicación total o parcial de la sentencia o, cuando los efectos de la infracción puedan mantenerse a lo largo del tiempo, una declaración rectificadora.

Además, esta publicidad podrá realizarse a criterio del tribunal y previa remisión al efecto, a través de la Autoridad para la Igualdad de Trato y la No Discriminación y los observatorios o de los órganos competentes del departamento u organismo con competencias en materia de igualdad entre mujeres y hombres de ámbito nacional o su equivalente en el ámbito autonómico.

Artículo 33. *Legitimación activa.*

1. Cualquier persona física o jurídica que participe en el mercado, cuyos intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por la conducta desleal, está legitimada para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.ª a 5.ª

Frente a la publicidad ilícita está legitimada para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.ª a 5.ª, cualquier persona física o jurídica que resulte afectada y, en general, quienes tengan un derecho subjetivo o un interés legítimo.

La acción de resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados por la conducta desleal podrá ejercitarse, igualmente, por los legitimados conforme a lo previsto en el artículo 11.2 de la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

La acción de enriquecimiento injusto sólo podrá ser ejercitada por el titular de la posición jurídica violada.

2. Las acciones contempladas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª, podrán ejercitarse además por las asociaciones, corporaciones profesionales o representativas de intereses económicos, cuando resulten afectados los intereses de sus miembros.

3. Ostentan legitimación activa para el ejercicio de las acciones previstas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª, en defensa de los intereses generales, colectivos o difusos, de los consumidores y usuarios:

a) El Instituto Nacional del Consumo y los órganos o entidades correspondientes de las comunidades autónomas y de las corporaciones locales competentes en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

b) Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan los requisitos establecidos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios o, en su caso, en la legislación autonómica en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

c) Las entidades de otros Estados miembros de la Comunidad Europea constituidas para la protección de los intereses colectivos y de los intereses difusos de los consumidores y usuarios que estén habilitadas mediante su inclusión en la lista publicada a tal fin en el «Diario Oficial de las Comunidades Europeas».

4. El Ministerio Fiscal podrá ejercitar la acción de cesación en defensa de los intereses generales, colectivos o difusos, de los consumidores y usuarios.

[. . .]

Disposición adicional única. *Definición de publicidad.*

A los efectos de esta ley se entiende por publicidad la actividad así definida en el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de la Publicidad.

[. . .]

§ 4

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. [Inclusión parcial]

Ministerio de la Presidencia
«BOE» núm. 287, de 30 de noviembre de 2007
Última modificación: 3 de enero de 2025
Referencia: BOE-A-2007-20555

[. . .]

LIBRO PRIMERO

Disposiciones generales

TÍTULO I

Ámbito de aplicación y derechos básicos de los consumidores y usuarios

[. . .]

CAPÍTULO II

Derechos básicos de los consumidores y usuarios

Artículo 8. *Derechos básicos de los consumidores y usuarios.*

1. Son derechos básicos de los consumidores y usuarios y de las personas consumidoras vulnerables:

a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.

b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos.

c) La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos.

d) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios en formatos que garanticen su accesibilidad y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute, así como la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

e) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a

través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.

f) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial en relación con las personas consumidoras vulnerables.

2. Los derechos de las personas consumidoras vulnerables gozarán de una especial atención, que será recogida reglamentariamente y por la normativa sectorial que resulte de aplicación en cada caso. Los poderes públicos promocionarán políticas y actuaciones tendentes a garantizar sus derechos en condiciones de igualdad, con arreglo a la concreta situación de vulnerabilidad en la que se encuentren, tratando de evitar, en cualquier caso, trámites que puedan dificultar el ejercicio de los mismos.

[. . .]

CAPÍTULO III

Protección de la salud y seguridad

[. . .]

Artículo 12. *Información a los consumidores y usuarios sobre los riesgos de los bienes o servicios.*

1. Los empresarios pondrán en conocimiento previo del consumidor y usuario, por medios apropiados, los riesgos susceptibles de provenir de una utilización previsible de los bienes y servicios, habida cuenta de su naturaleza, características, duración y de las personas a las que van destinados, conforme a lo previsto en el artículo 18 y normas reglamentarias que resulten de aplicación.

2. Los productos químicos y todos los artículos que en su composición lleven sustancias clasificadas como peligrosas deberán ir envasados con las debidas garantías de seguridad y llevar de forma visible las oportunas indicaciones que adviertan el riesgo de su manipulación.

[. . .]

Artículo 14. *Reglamentos de bienes y servicios.*

1. Los reglamentos reguladores de los diferentes bienes y servicios determinarán, en la medida que sea preciso para asegurar la salud y seguridad de los consumidores y usuarios:

a) Los conceptos, definiciones, naturaleza, características y clasificaciones.

b) Las condiciones y requisitos de las instalaciones y del personal cualificado que deba atenderlas.

c) Los procedimientos o tratamientos usuales de fabricación, distribución y comercialización, permitidos, prohibidos o sujetos a autorización previa.

d) Las reglas específicas sobre etiquetado, presentación y publicidad.

e) Los requisitos esenciales de seguridad, incluidos los relativos a composición y calidad.

f) Los métodos oficiales de análisis, toma de muestras, control de calidad e inspección.

g) Las garantías, responsabilidades, infracciones y sanciones.

h) El régimen de autorización, registro y revisión.

2. Para asegurar la protección de la salud y seguridad de los consumidores y usuarios las Administraciones públicas competentes podrán establecer reglamentariamente medidas proporcionadas en cualquiera de las fases de producción y comercialización de bienes y servicios, en particular en lo relativo a su control, vigilancia e inspección.

[. . .]

CAPÍTULO IV

Derecho a la información, formación y educación

Artículo 17. *Información, formación y educación de los consumidores y usuarios.*

1. Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán la formación y educación de los consumidores y usuarios, asegurarán que estos dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos y velarán para que se les preste la información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado.

2. Los medios de comunicación social de titularidad pública estatal dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores y usuarios. En tales espacios y programas, de acuerdo con su contenido y finalidad, se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios representativas y los demás grupos o sectores interesados, en la forma que se acuerde con dichos medios.

3. En el cumplimiento de lo dispuesto en los apartados anteriores, se prestará especial atención a aquellos sectores que, debido a su complejidad o características propias, cuenten con mayor proporción de personas consumidoras vulnerables entre sus clientes o usuarios, atendiendo de forma precisa a las circunstancias que generan la situación de concreta vulnerabilidad.

Artículo 18. *Etiquetado y presentación de los bienes y servicios.*

1. El etiquetado y presentación de los bienes y servicios y las modalidades de realizarlo deberán ser de tal naturaleza que no induzca a error al consumidor y usuario, especialmente:

a) Sobre las características del bien o servicio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.

b) Prohibiendo ambigüedades sobre su contenido, y en especial respecto a los alérgenos alimentarios, debiendo ser el etiquetado claro y riguroso en la información exacta del contenido.

c) Atribuyendo al bien o servicio efectos o propiedades que no posea.

d) Sugiriendo que el bien o servicio posee características particulares, cuando todos los bienes o servicios similares posean estas mismas características.

2. Sin perjuicio de las exigencias concretas que se establezcan reglamentariamente y de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, que prestarán especial atención a las personas consumidoras vulnerables, todos los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios deberán ser de fácil acceso y comprensión, ofrecidos en formatos que garanticen su accesibilidad y, en todo caso, incorporar, acompañar o, en último caso, permitir obtener, de forma clara y comprensible, información veraz, eficaz, suficiente y accesible sobre sus características esenciales, en particular sobre las siguientes:

a) Nombre y dirección completa del productor.

b) Naturaleza, composición y finalidad.

c) Calidad, cantidad, categoría o denominación usual o comercial, si la tienen.

d) Fecha de producción o suministro y lote, cuando sea exigible reglamentariamente, plazo recomendado para el uso o consumo o fecha de caducidad.

e) Instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, así como la correcta gestión sostenible de sus residuos, advertencias y riesgos previsibles.

f) Información sobre los servicios de información y atención al cliente así como los procedimientos de interposición de quejas y reclamaciones.

3. Sin perjuicio de las excepciones previstas legal o reglamentariamente, las indicaciones obligatorias del etiquetado y presentación de los bienes o servicios comercializados en España deberán figurar, al menos, en castellano, lengua española oficial del Estado.

CAPÍTULO V

Protección de los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios

Artículo 19. *Principio general y prácticas comerciales.*

1. Los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios deberán ser respetados en los términos establecidos en esta norma, aplicándose, además, lo previsto en las normas civiles y mercantiles, en las regulaciones sectoriales de ámbito estatal, así como en la normativa comunitaria y autonómica que resulten de aplicación. En particular, en los procedimientos en que se ejerciten acciones promovidas por consumidores y usuarios, cuando el empresario no contribuyera a una solución consensuada de una controversia que tuviera su base en una cláusula de idéntica significación que otra ya declarada nula por abusiva por la jurisprudencia del Tribunal Supremo, o por sentencia firme que constara inscrita en el Registro de Condiciones Generales de la Contratación, o por sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea resolviendo específicamente sobre la materia, el órgano judicial que condene a la restitución de cantidades al empresario impondrá de oficio una indemnización por mora que consistirá en el pago de un interés anual igual al del interés legal del dinero vigente en el momento en que se devengue, incrementado en el 50 por 100. Estos intereses se considerarán producidos por días. A los efectos de este párrafo se entiende que una cláusula tiene idéntica significación a otra cuando su contenido y efectos sean iguales, pese a la existencia de diferencias no sustanciales en la redacción de las mismas. No obstante, transcurridos dos años desde la condena a la restitución de cantidades, el interés anual no podrá ser inferior al 20 por 100.

Será término inicial del cómputo de dichos intereses la fecha del abono por los consumidores y usuarios de las cantidades que deban ser restituidas por el empresario. Será término final del cómputo de intereses el día de la total restitución de la cantidad debida por el empresario.

No habrá lugar a la indemnización por mora del empresario cuando la falta de restitución debida por el empresario a los consumidores y usuarios esté fundada en una causa justificada o que no le fuere imputable. En la determinación de la indemnización por mora del empresario no será de aplicación lo dispuesto en el artículo 1108 del Código Civil, ni lo preceptuado en el artículo 576 de la Ley 1/2000, de 22 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

2. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados siguientes, para la protección de los legítimos intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, las prácticas comerciales de los empresarios dirigidas a ellos están sujetas a lo dispuesto en esta ley, en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, y en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, no obstante la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación. A estos efectos, se consideran prácticas comerciales de los empresarios con los consumidores y usuarios todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial.

No tienen la consideración de prácticas comerciales las relaciones de naturaleza contractual, que se regirán conforme a lo previsto en el artículo 59.

3. Lo dispuesto en el apartado anterior no obsta la aplicación de:

a) Las normas que regulen las prácticas comerciales que puedan afectar a la salud y seguridad de los consumidores y usuarios, incluidas las relativas a la seguridad de bienes y servicios.

b) Las normas sobre certificación y grado de pureza de los objetos fabricados con metales preciosos.

4. Las normas previstas en esta ley en materia de prácticas comerciales y las que regulan las prácticas comerciales en materia de medicamentos, etiquetado, presentación y publicidad de los productos, indicación de precios, aprovechamiento por turno de bienes inmuebles, crédito al consumo, comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores y usuarios, comercio electrónico, inversión colectiva en

valores mobiliarios, normas de conducta en materia de servicios de inversión, oferta pública o admisión de cotización de valores y seguros, incluida la mediación y cualesquiera otras normas de carácter sectorial que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales previstos en normas comunitarias prevalecerán en caso de conflicto sobre la legislación de carácter general aplicable a las prácticas comerciales desleales.

El incumplimiento de las disposiciones a que hace referencia este apartado será considerado en todo caso práctica desleal por engañosa, en iguales términos a lo dispuesto en el artículo 19.2 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, en relación con las prácticas engañosas reguladas en los artículos 20 a 27 de dicha ley.

5. En relación con las prácticas comerciales relativas a servicios financieros y bienes inmuebles, y en el ámbito de las telecomunicaciones o energético, podrán establecerse normas legales o reglamentarias que ofrezcan una mayor protección al consumidor o usuario.

6. Las políticas públicas que inciden en el ámbito del consumo y las prácticas comerciales orientadas a las personas consumidoras vulnerables estarán destinadas, en su caso y siempre dentro del ámbito de las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios, a prever y remover, siempre que sea posible, las circunstancias que generan la situación de vulnerabilidad, así como a paliar sus efectos y a garantizar el ejercicio de sus derechos en condiciones de igualdad, en particular en relación con las comunicaciones comerciales o información precontractual facilitada, la atención post contractual o el acceso a bienes o servicios básicos.

7. La Administración pública competente, con el fin de proteger en mayor medida los intereses legítimos de los consumidores y usuarios, podrá restringir, en los términos que se establezca, determinadas formas y aspectos de las visitas no solicitadas efectuadas por el empresario en el domicilio del consumidor y usuario o las excursiones organizadas por el mismo con el objetivo o efecto de promocionar o vender bienes o servicios. Las disposiciones que se adopten serán proporcionadas y no discriminatorias, sin que en ningún caso puedan implicar la prohibición de los citados canales de venta, salvo cuando se basen en motivos distintos a la protección de los consumidores, tales como el interés público o el respeto de la vida privada de los mismos.

Artículo 20. *Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios.*

1. Las prácticas comerciales que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, y siempre que no pueda desprenderse claramente del contexto, deberán contener, al menos, la siguiente información:

a) Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial y, en su caso, nombre, razón social y dirección completa del empresario por cuya cuenta actúa.

b) Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.

c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.

En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado.

En los contratos celebrados a distancia o fuera del establecimiento comercial, el comerciante facilitará de forma clara y comprensible información sobre el precio cuando este haya sido personalizado sobre la base de una toma de decisiones automatizada. Esta personalización no podrá derivar en incrementos del precio final de venta cuando se

produzca un incremento de la demanda en contextos de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora.

A los efectos de lo previsto en el párrafo anterior, se entenderá por contexto de urgencia, riesgo o necesidad de la persona consumidora, el derivado de cualquier situación que pueda ser calificada como emergencia de protección civil, en los términos regulados en la Ley 17/2015, de 9 de julio, del Sistema Nacional de Protección Civil.

d) Los procedimientos de pago y los plazos de entrega y ejecución del contrato, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiendo por tal el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado.

e) En su caso, existencia del derecho de desistimiento.

f) En el caso de bienes y servicios ofrecidos en mercados en línea, si el tercero que ofrece el bien o servicio tiene la condición de empresario o no, con arreglo a su declaración al proveedor del mercado en línea.

2. A efectos del cumplimiento de lo previsto en el apartado anterior y sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, la información necesaria a incluir en la oferta comercial deberá facilitarse a los consumidores o usuarios, principalmente cuando se trate de personas consumidoras vulnerables, en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato que garantice su accesibilidad, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

3. Las prácticas comerciales consistentes en ofrecer a los consumidores y usuarios la posibilidad de buscar bienes y servicios ofertados por distintos empresarios o consumidores y usuarios sobre la base de una consulta en forma de palabra clave, expresión u otro tipo de dato introducido, independientemente de dónde se realicen las transacciones en último término, deberán contener, en una sección específica de la interfaz en línea que sea fácil y directamente accesible desde la página en la que se presenten los resultados de la búsqueda, la siguiente información:

a) Información general relativa a los principales parámetros que determinan la clasificación de los bienes y servicios presentados al consumidor y usuario como resultado de la búsqueda.

b) La importancia relativa de dichos parámetros frente a otros.

El presente apartado no se aplicará a proveedores de motores de búsqueda en línea, tal como se definen en el artículo 2.6) del Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea.

4. Las prácticas comerciales en las que un empresario facilite el acceso a las reseñas de los consumidores y usuarios sobre bienes y servicios deberán contener información sobre el hecho de que el empresario garantice o no que dichas reseñas publicadas han sido efectuadas por consumidores y usuarios que han utilizado o adquirido realmente el bien o servicio. A tales efectos, el empresario deberá facilitar información clara a los consumidores y usuarios sobre la manera en que se procesan las reseñas.

5. La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario.

6. El incumplimiento de lo dispuesto en los apartados anteriores será considerado una práctica desleal por engañosa en el sentido del artículo 7 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

Artículo 20 bis. *Medidas correctoras como consecuencia de las prácticas comerciales desleales a disposición de los consumidores y usuarios perjudicados.*

1. Para el ejercicio de las acciones contempladas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, se considerará acreditado, salvo prueba en contrario, el uso de prácticas comerciales desleales contra los consumidores y usuarios que haya sido constatado en una resolución firme de una autoridad competente o de un órgano jurisdiccional.

2. Las personas que hubieran realizado de forma conjunta la infracción referida en el apartado anterior serán solidariamente responsables del resarcimiento de los daños y perjuicios ocasionados.

3. En ningún caso, la existencia de una práctica comercial desleal puede ser utilizada en contra de los intereses de los consumidores y usuarios.

Artículo 21. *Régimen de comprobación y servicios de atención al cliente.*

1. El régimen de comprobación, reclamación, garantía y posibilidad de renuncia o devolución que se establezca en los contratos, deberá permitir que el consumidor y usuario se asegure de la naturaleza, características, condiciones y utilidad o finalidad del bien o servicio; pueda reclamar con eficacia en caso de error, defecto o deterioro; pueda hacer efectivas las garantías de calidad o nivel de prestación ofrecidos, y obtener la devolución equitativa del precio de mercado del bien o servicio, total o parcialmente, en caso de incumplimiento o cumplimiento defectuoso.

La devolución del precio del producto habrá de ser total en el caso de falta de conformidad del producto con el contrato, en los términos previstos en el título V del libro II.

2. Las oficinas y servicios de información y atención al cliente que las empresas pongan a disposición del consumidor y usuario deberán asegurar que éste tenga constancia de sus quejas y reclamaciones, mediante la entrega de una clave identificativa y un justificante por escrito, en papel o en cualquier otro soporte duradero. Si tales servicios utilizan la atención telefónica o electrónica para llevar a cabo sus funciones deberán garantizar una atención personal directa, más allá de la posibilidad de utilizar complementariamente otros medios técnicos a su alcance.

Las oficinas y servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal y, en su caso, medios alternativos para garantizar el acceso a los mismos.

Se deberán identificar claramente los servicios de atención al cliente en relación a las otras actividades de la empresa, prohibiéndose expresamente la utilización de este servicio para la utilización y difusión de actividades de comunicación comercial de todo tipo.

En caso de que el empresario ponga a disposición de los consumidores y usuarios una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el uso de tal línea no podrá suponer para el consumidor y usuario un coste superior al coste de una llamada a una línea telefónica fija geográfica o móvil estándar.

En el supuesto de utilizarse, de acuerdo con el párrafo anterior, una línea telefónica de tarificación especial que suponga un coste para el consumidor o usuario, el empresario facilitará al consumidor, junto con la información sobre dicha línea telefónica de tarificación especial y en igualdad de condiciones, información sobre un número geográfico o móvil alternativo.

No obstante lo anterior, en los supuestos de servicios de carácter básico de interés general, las empresas prestadoras de los mismos deberán disponer, en cualquier caso, de un teléfono de atención al consumidor gratuito. A estos efectos, tendrán la consideración de servicios de carácter básico de interés general los de suministro de agua, gas, electricidad, financieros y de seguros, postales, transporte aéreo, ferroviario y por carretera, protección de la salud, saneamiento y residuos, así como aquellos que legalmente se determinen.

3. En todo caso, y con pleno respeto a lo dispuesto en los apartados precedentes, los empresarios pondrán a disposición de los consumidores y usuarios información sobre la dirección postal, número de teléfono, fax, cuando proceda, y dirección de correo electrónico en los que el consumidor y usuario, cualquiera que sea su lugar de residencia, pueda interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes o servicios ofertados o contratados. Los empresarios comunicarán además su dirección legal si esta no coincidiera con la dirección habitual para la correspondencia.

Los empresarios deberán dar respuesta a las reclamaciones recibidas en el plazo más breve posible y, en todo caso, en el plazo máximo de un mes desde la presentación de la reclamación.

4. En el supuesto de que el empresario no hubiera resuelto satisfactoriamente una reclamación interpuesta directamente ante el mismo por un consumidor, este podrá acudir a una entidad de resolución alternativa notificada a la Comisión Europea, de conformidad con

lo previsto en la ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

Los empresarios facilitarán el acceso a este tipo de entidades, proporcionando a los consumidores la información a la que vienen obligados por el artículo 41 de dicha ley.

[. . .]

TÍTULO IV

Potestad sancionadora

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

[. . .]

Artículo 47. *Infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios.*

1. Son infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios las siguientes:

a) El incumplimiento de los requisitos, condiciones, obligaciones o prohibiciones de naturaleza sanitaria.

b) Las acciones u omisiones que produzcan riesgos o daños efectivos para la salud o seguridad de los consumidores y usuarios, ya sea en forma consciente o deliberada, ya sea por abandono de la diligencia y precauciones exigibles en la actividad, servicio o instalación de que se trate.

c) El incumplimiento o transgresión de los requisitos previos que concretamente formulen las autoridades competentes para situaciones específicas, al objeto de evitar contaminaciones, circunstancias o conductas nocivas de otro tipo que puedan resultar gravemente perjudiciales para la salud pública.

d) La alteración, adulteración o fraude en bienes y servicios susceptibles de consumo por adición o sustracción de cualquier sustancia o elemento, alteración de su composición o calidad o incumplimiento de las condiciones que correspondan a su naturaleza.

e) El incumplimiento del régimen de garantías y servicios posventa, o del régimen de reparación de productos de naturaleza duradera.

f) El incumplimiento de las normas reguladoras de precios, la imposición injustificada de condiciones sobre prestaciones no solicitadas o cantidades mínimas o cualquier otro tipo de intervención o actuación ilícita que suponga un incremento de los precios o márgenes comerciales.

g) El incumplimiento de las normas relativas a registro, normalización o denominación de productos, etiquetado, envasado y publicidad de bienes y servicios, incluidas las relativas a la información previa a la contratación.

h) El incumplimiento de las disposiciones sobre seguridad en cuanto afecten o puedan suponer un riesgo para los consumidores y usuarios.

i) La obstrucción o negativa a suministrar datos o a facilitar las funciones de información, vigilancia o inspección.

j) La introducción o existencia de cláusulas abusivas en los contratos, así como la no remoción de sus efectos una vez declarado judicialmente su carácter abusivo o sancionado tal hecho en vía administrativa con carácter firme.

k) Las limitaciones o exigencias injustificadas al derecho del consumidor de poner fin a los contratos de prestación de servicios o suministro de productos de tracto sucesivo o continuado, la obstaculización al ejercicio de tal derecho del consumidor a través del procedimiento pactado, la falta de previsión de éste o la falta de comunicación al usuario del procedimiento para darse de baja en el servicio.

l) Toda actuación discriminatoria contra personas consumidoras vulnerables independientemente del motivo o contra cualquier consumidor o usuario por el ejercicio de los derechos que confiere esta Ley o sus normas de desarrollo, ya sea no atendiendo sus

demandas, negándoles el acceso a los establecimientos o dispensándoles un trato o imponiéndoles unas condiciones desiguales, así como el incumplimiento de las prohibiciones de discriminación previstas en el Reglamento (UE) 2018/302, cuando dicha actuación no sea constitutiva de delito.

m) El uso de prácticas comerciales desleales con los consumidores o usuarios.

n) Las conductas discriminatorias en el acceso a los bienes y la prestación de los servicios y, en especial, las previstas como tales en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, cuando no sean constitutivas de delito.

ñ) La negativa a aceptar el pago en efectivo como medio de pago dentro de los límites establecidos por la normativa tributaria y de prevención y lucha contra el fraude fiscal

o) El incumplimiento de los deberes y prohibiciones impuestos por la Administración mediante órdenes o como medidas cautelares o provisionales dictadas con el fin de evitar la producción o continuación de riesgos o lesiones para los consumidores y usuarios, así como el incumplimiento de los compromisos adquiridos para poner fin a la infracción y corregir sus efectos.

p) La obstrucción o negativa a suministrar las condiciones generales de la contratación que establece el artículo 81.1 de esta ley o cualquier otra información requerida por la Administración competente en el ejercicio de sus competencias de acuerdo con esta ley.

q) El incumplimiento de las obligaciones en relación con los servicios de atención al cliente incluidas en esta norma.

r) El incumplimiento del régimen establecido en materia de contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles.

s) El incumplimiento de las obligaciones que la regulación de contratos celebrados a distancia impone en materia de plazos de ejecución y de devolución de cantidades abonadas; el envío o suministro, con pretensión de cobro, de bienes o servicios no solicitados por el consumidor y usuario; el uso de técnicas de comunicación que requieran el consentimiento expreso previo o la falta de oposición del consumidor y usuario, cuando no concurra la circunstancia correspondiente; así como la negativa u obstrucción al ejercicio del derecho de desistimiento.

t) El incumplimiento de las obligaciones que la regulación de contratos celebrados a distancia impone en materias no recogidas en la letra anterior.

u) Cualquier otro incumplimiento de los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en esta norma o en disposiciones que la desarrollen, que no esté previsto en los tipos recogidos en este artículo será considerado infracción de la normativa de consumo y sancionado en los términos previstos en la legislación autonómica que resulte de aplicación.

Artículo 48. *Calificación y Graduación de las infracciones.*

1. Las infracciones contrarias a la salud de los consumidores y usuarios recogidas en las letras a) b) y c) del artículo anterior se calificarán de conformidad con lo previsto en el artículo 35 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad. Las mismas reglas, adaptando las referencias al bien jurídico protegido, se aplicarán respecto a las infracciones lesivas de la seguridad de los consumidores y usuarios.

2. Cuando no sea de aplicación lo previsto en el apartado anterior, las infracciones se calificarán inicialmente por los caracteres de la acción u omisión y de la culpabilidad del responsable conforme a las siguientes reglas:

a) Las infracciones de los apartados f), g), i), k), l), m), n), ñ), p), q) y t) del artículo 47 se calificarán como leves, salvo que tengan la consideración de graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.

b) Las infracciones de los apartados d), e), h), j), o), r) y s) se calificarán como graves, salvo que tengan la consideración de muy graves de acuerdo con el apartado tercero de este artículo.

c) Los reglamentos de los diferentes productos, actividades y servicios podrán concretar la gravedad de las especificaciones de infracción que prevean atendiendo a los criterios señalados en esta Ley, sin que en ningún caso puedan constituir nuevas infracciones o sanciones, ni alterar la naturaleza o límites que esta Ley contiene.

3. Las infracciones que, de acuerdo con el apartado anterior, merezcan en principio la calificación de leve o grave de acuerdo con el apartado anterior serán calificadas respectivamente como graves o muy graves si concurriere alguna de las siguientes circunstancias:

a) Haber sido realizadas aprovechando situaciones de necesidad de determinados bienes, productos o servicios de uso o consumo ordinario y generalizado, así como originar igual situación.
b) Haberse realizado explotando la especial inferioridad, subordinación o indefensión de determinados consumidores o grupos de ellos.
c) Cometerse con incumplimiento total de los deberes impuestos o con una habitualidad, duración u otras circunstancias cualitativas o cuantitativas que impliquen desprecio manifiesto de los intereses públicos protegidos por esta Ley.
d) Producir una alteración social grave, injustificada y previsible en el momento de la comisión, originando alarma o desconfianza en los consumidores o usuarios o incidiendo desfavorablemente en un sector económico.
e) Realizarse prevaliéndose de la situación de predominio del infractor en un sector del mercado.
f) Ser reincidente el responsable por la comisión de cualesquiera delitos o infracciones lesivas de los intereses de los consumidores o usuarios en las condiciones y plazos previstos en el artículo 29.3.d) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

4. Las infracciones que, de acuerdo con los apartados anteriores, merezcan en principio la calificación de grave o muy grave se considerarán respectivamente como leve o grave si antes de iniciarse el procedimiento sancionador el responsable corrigiera diligentemente las irregularidades en que consista la infracción siempre que no haya causado perjuicios directos, devolviera voluntariamente las cantidades cobradas, colaborara activamente para evitar o disminuir los efectos de la infracción u observara espontáneamente cualquier otro comportamiento de análogo significado.
No obstante, no se tendrá en cuenta lo dispuesto en el párrafo anterior, y se impondrá la sanción en su grado máximo, cuando se acredite alguna de las siguientes circunstancias:

a) Que se trate de una infracción continuada o de una práctica habitual.
b) Que la infracción comporte un riesgo para la salud o la seguridad de los consumidores y usuarios, salvo que el riesgo forme parte del tipo infractor.

5. Cuando concurrieran circunstancias del apartado 3 con las del apartado 4 se podrán compensar para la calificación de la infracción.

Artículo 49. *Sanciones.*

1. La imposición de sanciones deberá garantizar, en cualquier circunstancia, que la comisión de una infracción no resulte más beneficiosa para la parte infractora que el incumplimiento de las normas infringidas. Sobre esta base, las infracciones serán sancionadas con multa comprendida entre los siguientes importes máximos y mínimos:

a) Infracciones leves: entre 150 y 10.000 euros, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre dos y cuatro veces el beneficio ilícito obtenido.
b) Infracciones graves: entre 10.001 y 100.000 euros pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre cuatro y seis veces el beneficio ilícito obtenido.
c) Infracciones muy graves: ente 100.001 y 1.000.000 de euros, pudiéndose sobrepasar esas cantidades hasta alcanzar entre seis y ocho veces el beneficio ilícito obtenido.

No obstante, cuando la aplicación de los rangos indicados anteriormente conlleve la imposición de una sanción desproporcionada en relación con la capacidad económica del infractor se podrá utilizar el rango asignado a la calificación de un menor nivel de gravedad para el cálculo de la sanción.

2. Para determinar, dentro de los mínimos y máximos establecidos, el importe de la multa correspondiente a cada infracción, se atenderá especialmente a la concurrencia de alguna

de las circunstancias de los apartados 3 o 4 del artículo anterior que no hubieran podido ser tenidas en cuenta para alterar la calificación de la infracción o que no se dieran con todos sus requisitos, además de la naturaleza de la infracción, el grado de culpabilidad o la existencia de intencionalidad, el carácter continuado de la infracción, el número de consumidores afectados, el nivel de los daños y perjuicios que hayan sufrido, las sanciones impuestas por la misma infracción a su autor en otros Estados miembros en casos transfronterizos así como el volumen de negocio anual o cualquier otro indicador de su capacidad económica.

3. El beneficio ilícito se calculará, cuando no pueda ser determinado exactamente, con criterios estimativos e incluirá el aumento de ingresos y el ahorro de gastos que haya supuesto directa o indirectamente la infracción sin descontar multas, perjuicios de los comisos o cierres, ni las cantidades que por cualquier concepto haya tenido que abonar el responsable a la Administración o a los consumidores y usuarios como consecuencia de la infracción.

4. La clausura o cierre de establecimientos, instalaciones o servicios que no cuenten con las autorizaciones o registros sanitarios preceptivos, o la suspensión de su funcionamiento hasta tanto se rectifiquen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos por razones de sanidad, higiene o seguridad y la retirada del mercado precautoria o definitiva de bienes o servicios por razones de salud y seguridad, no tienen el carácter de sanción.

5. Cuando se impongan sanciones con arreglo al artículo 21 del Reglamento (UE) 2017/2394, su importe máximo para infracciones muy graves, equivaldrá al 4 % del volumen de negocio anual del empresario en España o en los Estados miembros afectados por la infracción. En caso de no disponerse de esta información, se podrán imponer multas cuyo importe máximo equivaldrá a dos millones de euros.

6. El órgano competente para imponer la sanción podrá resolver la terminación del procedimiento sancionador cuando los presuntos infractores propongan compromisos que resuelvan los efectos sobre los consumidores y usuarios derivados de las conductas objeto del expediente y quede garantizado suficientemente el interés público. Los compromisos serán vinculantes y surtirán plenos efectos una vez incorporados a la resolución que ponga fin al procedimiento.

7. Cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, las resoluciones por la que se ponga fin al procedimiento sancionador en relación con infracciones que tengan la calificación de muy graves conforme a esta norma, así como aquellas que se dicten con arreglo al artículo 21 del Reglamento (UE) 2017/2394, serán de libre acceso y publicadas en la página web de la autoridad correspondiente, una vez sea notificada a los interesados. Dicha publicación se llevará a cabo tras resolver, en su caso, sobre los aspectos confidenciales de su contenido y previa disociación de los datos de carácter personal a los que se refiere el artículo 4.1 Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos, salvo en lo que se refiere al nombre de los infractores.

Artículo 50. *Sanciones accesorias.*

La administración pública competente podrá acordar en relación con las infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios previstas en esta norma las siguientes sanciones accesorias:

1. El comiso de las mercancías objeto de la infracción que sean propiedad del responsable, salvo que ya se hubiere adoptado definitivamente para preservar los intereses públicos o que, pudiendo resultar de lícito comercio tras las modificaciones que procedan, su valor, sumado a la multa, no guarde proporción con la gravedad de la infracción, en cuyo caso podrá no acordarse tal medida o acordarse solo parcialmente en aras de la proporcionalidad. La resolución sancionadora que imponga esta sanción decidirá el destino que, dentro de las previsiones que en su caso se encuentren establecidas en la normativa aplicable, deba dar la Administración competente a los productos decomisados. Todos los gastos que origine el comiso, incluidos los de transporte y destrucción, serán de cuenta del infractor.

2. La publicidad de las sanciones leves y graves impuestas, cuando hayan adquirido firmeza en vía administrativa, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de las personas naturales o jurídicas responsables y la índole y naturaleza de las infracciones, siempre que concurra riesgo para la salud o seguridad de los consumidores y usuarios, reincidencia en infracciones de naturaleza análoga o acreditada intencionalidad en la infracción.

3. El cierre temporal del establecimiento, instalación o servicio por un plazo máximo de cinco años en los casos de infracciones muy graves.

4. La exigencia al infractor de rectificación de los incumplimientos identificados en la resolución que ponga fin al procedimiento.

Artículo 51. *Personas responsables.*

1. Son responsables de las infracciones de consumo las personas físicas o jurídicas que dolosa o culposamente incurran en las mismas.

2. Cuando en relación con los mismos bienes o servicios e infracciones conexas hayan intervenido distintos sujetos, como fabricantes o importadores, envasadores, marquistas, distribuidores o minoristas, cada uno será responsable de su propia infracción.

3. Asimismo, la responsabilidad de los coautores de una misma infracción será independiente y se impondrá a cada uno la sanción correspondiente a la infracción en la extensión adecuada a su culpabilidad y demás circunstancias personales. En particular, se entenderán incluidos en este caso los anunciantes y agencias de publicidad respecto de las infracciones de publicidad subliminal, engañosa o que infrinja lo dispuesto en la normativa sobre publicidad de determinados bienes o servicios.

4. Los importadores o quienes distribuyan por primera vez en el mercado nacional productos de consumo que puedan afectar a la seguridad y salud de los consumidores o usuarios, tienen el deber de asegurar que dichos productos cumplen los requisitos exigibles para ser puestos a disposición de los consumidores o usuarios. Asimismo, responderán solidariamente de las sanciones impuestas a sus suministradores o proveedores, con independencia de la responsabilidad que les corresponda por sus propias infracciones cuando, dentro de su deber de diligencia, no hayan adoptado las medidas que estén a su alcance, incluyendo la facilitación de información, para prevenir las infracciones cometidas por estos.

5. Cuando una infracción sea imputada a una persona jurídica podrán ser consideradas también como responsables las personas que integren sus organismos rectores o de dirección, así como los técnicos responsables de la elaboración y control.

6. Conforme a lo previsto en el artículo 28.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, en el procedimiento sancionador podrá exigirse al infractor la reposición de la situación alterada por la infracción a su estado original y, en su caso, la indemnización de daños y perjuicios causados al consumidor o usuario, que será determinada y exigida por el órgano al que corresponda el ejercicio de la potestad sancionadora debiendo notificarse al infractor para que proceda a su satisfacción en un plazo que será determinado en función de la cuantía. De no satisfacerse la indemnización en el plazo que al efecto se determine en función de su cuantía, se procederá en la forma prevista en el artículo 101 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

7. La atribución al empresario de la carga de probar el cumplimiento de las obligaciones que le competen de conformidad con lo previsto en esta ley también abarca el ámbito administrativo sancionador en el caso de obligaciones de dar o hacer por parte del empresario.

Artículo 52. *Prescripción y caducidad.*

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las graves a los tres años y las leves al año. Las sanciones impuestas por la comisión de infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las impuestas por la comisión de infracciones graves a los tres años y las impuestas por infracciones leves al año.

2. El plazo de prescripción de la infracción de la normativa de consumo no comenzará a computar hasta que esta se manifieste o exteriorice y, en el caso de infracciones

continuadas, solo cuando finalice la acción infractora o el último acto con que la infracción se consume.

3. Interrumpirán la prescripción las actuaciones judiciales en el ámbito penal sobre los mismos hechos o sobre otros hechos conexos cuya separación de los constitutivos de la infracción de la normativa de consumo sea jurídicamente imposible, de manera que la sentencia que pudiera recaer vinculara a la Administración actuante.

4. Igualmente interrumpirá la prescripción de las infracciones de la normativa de consumo la iniciación de procedimientos administrativos de naturaleza sancionadora por los mismos hechos, con conocimiento del interesado, sobre la base de normativa sectorial si, finalmente, apreciándose identidad de fundamento, procediese la aplicación preferente de la normativa de consumo. En estos supuestos, se reiniciará el cómputo del plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

5. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que sea ejecutable la resolución por la que se impone la sanción o haya transcurrido el plazo para recurrirla. Interrumpirá la prescripción en estos supuestos la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor. En el caso de desestimación presunta del recurso de alzada o de reposición interpuesto contra la resolución por la que se imponga la sanción, el plazo de prescripción de la sanción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que finalice el plazo legalmente previsto para la resolución de dichos recursos.

6. Se producirá la caducidad del procedimiento sancionador en caso de no haber recaído resolución transcurridos nueve meses desde su iniciación. La falta de impulso de alguno de los trámites seguidos en el procedimiento no producirá por sí misma su caducidad. Si se acuerda la acumulación en un único procedimiento de infracciones que hasta entonces se tramitaban separadamente, el plazo para dictar resolución se contará desde el acuerdo de iniciación del último de los procedimientos incoado.

Las actuaciones realizadas en el curso de un procedimiento caducado, así como los documentos y otros elementos de prueba obtenidos en dicho procedimiento, conservarán su validez y eficacia a efectos probatorios en otros procedimientos iniciados o que puedan iniciarse con posterioridad en relación con el mismo u otro responsable.

En cualquier caso, podrá iniciarse un procedimiento sancionador en tanto no haya prescrito la infracción, con independencia del momento en que hubieran finalizado las diligencias preliminares dirigidas al esclarecimiento de los hechos o la caducidad de un procedimiento previo sobre los mismos hechos.

7. De forma complementaria a los supuestos recogidos en el artículo 22 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, el transcurso del plazo de nueve meses previsto para resolver el procedimiento se podrá suspender, mediante resolución motivada, cuando deba solicitarse a terceros la aportación de documentos y otros elementos de juicio necesarios o cuando se requiera la cooperación o coordinación con otras autoridades de consumo de otras comunidades autónomas o de la Unión Europea. A tales efectos, el tiempo de suspensión abarcará el tiempo que transcurra desde la remisión de la solicitud hasta la recepción de la información solicitada por el órgano competente para continuar el procedimiento.

8. La muerte del infractor extingue la responsabilidad. En caso de sanciones pecuniarias impuestas sobre entidades disueltas y liquidadas, la administración correspondiente podrá dirigirse, para el cobro de las sanciones pecuniarias impuestas a dichas entidades, contra los socios o partícipes que responderán solidariamente del importe de la deuda y hasta el límite del valor de la cuota de liquidación que se les hubiera adjudicado.

CAPÍTULO III

Régimen de competencias y puntos de enlace

Artículo 52 bis. *Administración competente.*

1. Las Administraciones españolas que en cada caso resulten competentes sancionarán las infracciones de consumo cometidas en territorio español cualquiera que sea la nacionalidad, el domicilio o el lugar en que radiquen los establecimientos del responsable.

Las autoridades competentes en materia de consumo sancionarán, asimismo, las conductas tipificadas como infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios de los empresarios de los sectores que cuenten con regulación específica, en tanto en cuanto dicha regulación no atribuya la competencia sancionadora en materia de consumo a otra administración, y las prácticas comerciales desleales con los consumidores o usuarios.

2. A efectos de lo previsto en el apartado anterior, corresponderá a los órganos administrativos de las comunidades autónomas la tramitación y resolución de los procedimientos sancionadores derivados de la aplicación de las infracciones previstas en la presente Ley cometidas, aunque parcialmente, en sus respectivos territorios.

3. Las infracciones se entenderán cometidas en cualquiera de los lugares en que se desarrollen las acciones u omisiones constitutivas de las mismas y, además, salvo en el caso de infracciones relativas a los requisitos de los establecimientos e instalaciones o del personal, en todos aquellos en que se manifieste la lesión o riesgo para los intereses de los consumidores y usuarios protegidos por la norma sancionadora.

En concreto, en relación con el lugar de manifestación de la lesión o riesgo indicado en el párrafo anterior, las infracciones cometidas a través de internet se considerarán cometidas en el lugar en el que el consumidor o usuario tenga su residencia habitual tanto en el caso de que la infracción se produzca en el marco de un contrato de consumo como cuando la infracción derive de una práctica comercial no vinculada a un contrato de consumo pero haya sido dirigida de forma activa por parte del empresario a dicho consumidor o usuario.

4. En caso en que, de conformidad con las reglas anteriores, resultasen competentes órganos de diversas administraciones autonómicas, se establecerán mecanismos de colaboración en el seno de la Comisión Sectorial de Consumo.

5. No obstante, cuando la infracción produzca lesiones o riesgos para los intereses de los consumidores o usuarios de forma generalizada en el territorio de más de una comunidad autónoma, de tal forma que se pueda ver afectada la unidad de mercado nacional y la competencia en el mismo de acuerdo con lo establecido en este precepto, la competencia corresponderá a los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado.

A estos efectos, cuando los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado inicien un procedimiento sancionador sobre la base de la competencia establecida en este apartado, deberán comunicarlo motivadamente a las autoridades de consumo de las comunidades autónomas, y de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Con independencia de lo anterior, las autoridades de consumo de las comunidades autónomas, y de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, tendrán competencia para los expedientes sancionadores de acuerdo con los apartados 1 a 4 de este artículo, y los órganos competentes en materia de consumo de la Administración General del Estado deberán tener en cuenta las sanciones impuestas por estas autoridades con carácter previo para la determinación de la sanción correspondiente, en aras de garantizar su proporcionalidad.

En caso de que sea competente la Administración General del Estado, la competencia corresponderá a la Dirección General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado cuando la sanción impuesta no supere los 100.000 euros ni implique el cierre temporal del establecimiento, instalación o servicio y a la Secretaría General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado en el resto de supuestos. En todo caso, la competencia de la Secretaría General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado se extenderá de acuerdo con lo previsto en este apartado a las infracciones generalizadas o generalizadas con dimensión en la Unión Europea, previstas en el Reglamento (UE) 2017/2394, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2017, y a las cometidas a través de internet cuando la residencia o domicilio del responsable, siempre que coincida con el lugar en que se realice

efectivamente la gestión administrativa y dirección del negocio, esté fuera de la Unión Europea.

Para considerar que una infracción de la normativa de consumo produce lesiones o riesgos para los intereses de los consumidores o usuarios de forma generalizada, de tal forma que se pueda ver afectada la unidad de mercado nacional y la competencia en el mismo, se tendrán en cuenta, entre otras circunstancias, el número de consumidores y usuarios afectados, la dimensión del mercado donde opere la compañía infractora, la cuota de mercado de la entidad correspondiente o los efectos de la conducta sobre los competidores efectivos o potenciales y sobre los consumidores y usuarios.

Artículo 52 ter. *Oficina de enlace.*

1. La Dirección General competente en materia de consumo de la Administración General del Estado actuará como Oficina de enlace única a los efectos del Reglamento (UE) 2017/2394, del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2017.

2. Dicho órgano será responsable de coordinar las actividades de investigación y ejecución que realicen las autoridades competentes, otras autoridades públicas contempladas en el artículo 6 del Reglamento (UE) 2017/2394 y, en su caso, los organismos designados, en relación con las infracciones reguladas en dicho Reglamento.

3. El órgano referido en el apartado 1 comunicará a la Comisión Europea las autoridades competentes que sean responsables de que se cumpla la legislación de la Unión que protege los intereses de los consumidores o usuarios y garantizará que colaboren estrechamente, de modo que puedan desempeñar eficazmente sus funciones.

4. Las autoridades competentes designadas dispondrán al menos de las facultades mínimas de investigación y ejecución previstas en el artículo 9 del Reglamento (UE) 2017/2394 y las ejercerán de conformidad con su artículo 10.

5. Con sujeción a lo establecido en el artículo 103 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, las autoridades competentes podrán imponer multas coercitivas, una vez efectuado requerimiento de ejecución de los actos y resoluciones administrativas destinadas al cumplimiento de lo establecido en el Reglamento (UE) 2017/2394. El requerimiento deberá advertir del plazo establecido para su cumplimiento, así como de la cuantía de la multa que pudiere ser impuesta en caso de incumplimiento. Para la determinación del plazo se estará a la naturaleza y extensión de la obligación, debiendo ser suficiente para su cumplimiento, no pudiendo exceder la cuantía de la multa de 3.000 euros o del 10% del importe de la obligación, si esta fuere cuantificable. Si la persona requerida no diere cumplimiento a lo ordenado en el plazo establecido, el órgano competente podrá reiterar las multas por períodos que sean suficientes para su cumplimiento, no pudiendo, en cualquier caso, otorgarse un plazo inferior al establecido en el primer requerimiento. Estas multas son independientes de las que puedan imponerse en concepto de sanción y compatibles con ellas.

TÍTULO V

Procedimientos judiciales y extrajudiciales de protección de los consumidores y usuarios

[. . .]

CAPÍTULO II

Sistema Arbitral del Consumo

Artículo 57. *Sistema Arbitral del Consumo.*

1. El Sistema Arbitral del Consumo es el sistema extrajudicial de resolución de resolución de conflictos entre los consumidores y usuarios y los empresarios a través del cual, sin formalidades especiales y con carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, se resuelven las reclamaciones de los consumidores y usuarios, siempre que el conflicto no verse sobre intoxicación, lesión o muerte o existan indicios racionales de delito.

2. La organización, gestión y administración del Sistema Arbitral de Consumo y el procedimiento de resolución de los conflictos, se establecerá reglamentariamente por el Gobierno. En dicho reglamento podrá preverse la decisión en equidad, salvo que las partes opten expresamente por el arbitraje de derecho, el procedimiento a través del cual se administrará el arbitraje electrónico, los supuestos en que podrá interponerse una reclamación ante la Junta Arbitral Nacional frente a las resoluciones de las Juntas arbitrales territoriales sobre admisión o inadmisión de las solicitudes de arbitraje y los casos en que actuará un árbitro único en la administración del arbitraje de consumo.

3. Los órganos arbitrales estarán integrados por representantes de los sectores empresariales interesados, de las organizaciones de consumidores y usuarios y de las Administraciones públicas.

4. No serán vinculantes para los consumidores los convenios arbitrales suscritos con un empresario antes de surgir el conflicto. La suscripción de dicho convenio, tendrá para el empresario la consideración de aceptación del arbitraje para la solución de las controversias derivadas de la relación jurídica a la que se refiera, siempre que el acuerdo de sometimiento reúna los requisitos exigidos por las normas aplicables.

Artículo 58. *Sumisión al Sistema Arbitral del Consumo.*

1. La sumisión de las partes al Sistema Arbitral del Consumo será voluntaria y deberá constar expresamente, por escrito, por medios electrónicos o en cualquier otra forma admitida legalmente que permita tener constancia del acuerdo.

2. Quedarán sin efecto los convenios arbitrales y las ofertas públicas de adhesión al arbitraje de consumo formalizados por quienes sean declarados en concurso de acreedores. A tal fin, el auto de declaración de concurso será notificado al órgano a través del cual se hubiere formalizado el convenio y a la Junta Arbitral Nacional, quedando desde ese momento el deudor concursado excluido a todos los efectos del Sistema Arbitral de Consumo.

LIBRO SEGUNDO

Contratos y garantías

TÍTULO I

Contratos con los consumidores y usuarios

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 59. *Ámbito de aplicación.*

1. Son contratos con consumidores y usuarios los realizados entre un consumidor o un usuario y un empresario.

2. Los contratos con consumidores y usuarios se regirán, en todo lo que no esté expresamente establecido en esta norma o en leyes especiales, por el derecho común aplicable a los contratos.

La regulación sectorial de los contratos con los consumidores y usuarios deberá respetar el nivel de protección dispensado en esta ley, sin perjuicio de que prevalezcan y sean de aplicación preferente las disposiciones sectoriales respecto de aquellos aspectos expresamente previstos en las disposiciones del derecho de la Unión Europea de las que traigan causa.

No obstante lo previsto en el párrafo anterior, la regulación sectorial podrá elevar el nivel de protección conferido por esta ley siempre que respete, en todo caso, las disposiciones del derecho de la Unión Europea.

3. Los contratos con consumidores y usuarios que incorporen condiciones generales de la contratación están sometidos, además, a la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

4. El ámbito de aplicación de este Libro también abarcará los contratos en virtud de los cuales el empresario suministra o se compromete a suministrar contenidos o servicios digitales al consumidor o usuario y este facilita o se compromete a facilitar datos personales, salvo cuando los datos personales facilitados por el consumidor o usuario sean tratados exclusivamente por el empresario con el fin de suministrar los contenidos o servicios digitales objeto de un contrato de compraventa o de servicios o para permitir que el empresario cumpla los requisitos legales a los que está sujeto, y el empresario no trate esos datos para ningún otro fin.

Artículo 59 bis. *Definiciones.*

1. A los efectos de este libro se entenderá por:

a) “Bienes con elementos digitales”: todo objeto mueble tangible que incorpore contenidos o servicios digitales o esté interconectado con ellos de tal modo que la ausencia de dichos contenidos o servicios digitales impediría que los bienes realizasen sus funciones.

b) “Bienes elaborados conforme a las especificaciones del consumidor y usuario”: todo bien no prefabricado para cuya elaboración sea determinante una elección o decisión individual por parte del consumidor y usuario.

c) “Compatibilidad”: la capacidad de los bienes de funcionar con los aparatos (hardware) o programas (software) con los cuales se utilizan normalmente los bienes del mismo tipo, sin necesidad de convertir los bienes, aparatos (hardware) o programas (software), así como la capacidad de los contenidos o servicios digitales de funcionar con los aparatos (hardware) o programas (software) con los cuales se utilizan normalmente los contenidos o servicios digitales del mismo tipo, sin necesidad de convertir los contenidos o servicios digitales.

d) “Contenido digital”: los datos producidos y suministrados en formato digital.

e) “Contrato complementario”: un contrato por el cual el consumidor y usuario adquiere bienes o servicios sobre la base de otro contrato celebrado con un empresario, incluidos los contratos a distancia o celebrados fuera del establecimiento, y dichos bienes o servicios son proporcionados por el empresario o un tercero sobre la base de un acuerdo entre dicho tercero y el empresario.

f) “Contrato de compraventa o venta”: todo contrato celebrado, en el ámbito de una relación de consumo, en virtud del cual el empresario transmite o se compromete a transmitir la propiedad de bienes al consumidor o usuario pudiendo llevar incluido la prestación de servicios.

g) “Contrato de servicios”: todo contrato, con excepción del contrato de venta o compraventa, celebrado en el ámbito de una relación de consumo, en virtud del cual el empresario presta o se compromete a prestar un servicio al consumidor o usuario, incluido aquel de carácter digital.

h) “Datos personales”: toda información sobre una persona física identificada o identificable, considerándose así toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona.

i) “Durabilidad”: la capacidad de los bienes de mantener sus funciones y rendimiento requeridos en condiciones normales de utilización durante el tiempo que sea razonable en función del tipo de bien.

j) “Entorno digital”: el aparato (hardware), programa (software) y cualquier conexión a la red que el consumidor y usuario utilice para acceder a los contenidos o servicios digitales o para hacer uso de ellos.

k) “Establecimiento mercantil”: toda instalación inmueble de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma permanente; o toda instalación móvil de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma habitual.

l) “Funcionalidad”: la capacidad de los contenidos o servicios digitales de realizar sus funciones teniendo en cuenta su finalidad.

m) “Garantía comercial”: todo compromiso asumido por un empresario o un productor (el “garante”) frente al consumidor o usuario, además de sus obligaciones legales con respecto a la garantía de conformidad, de reembolsar el precio pagado o de sustituir, reparar o prestar un servicio de mantenimiento relacionado con el bien o el contenido o servicio digital, en caso de que no se cumplan las especificaciones o cualquier otro requisito no relacionado con la conformidad del bien o del contenido o servicio digital con el contrato, enunciados en la declaración de garantía o en la publicidad, disponible en el momento o antes de la celebración del contrato.

n) “Integración”: la conexión e incorporación de los contenidos o servicios digitales con los componentes del entorno digital del consumidor o usuario para que los contenidos o servicios digitales se utilicen con arreglo a los requisitos de conformidad previstos en el título IV de este libro.

ñ) “Interoperabilidad”: la capacidad de los bienes o de los contenidos o servicios digitales de funcionar con aparatos (hardware) o programas (software) distintos de aquellos con los cuales se utilizan normalmente los bienes o los contenidos o servicios digitales del mismo tipo.

o) “Servicio digital”: un servicio que permite al consumidor o usuario crear, tratar, almacenar o consultar datos en formato digital, o un servicio que permite compartir datos en formato digital cargados o creados por el consumidor u otros usuarios de ese servicio, o interactuar de cualquier otra forma con dichos datos.

p) “Servicio financiero”: todo servicio en el ámbito bancario, de crédito, de seguros, de pensión privada, de inversión o de pago.

q) “Soporte duradero”: todo instrumento que permita al consumidor o usuario y al empresario almacenar información que se le haya dirigido personalmente de forma que en el futuro pueda consultarla durante un período de tiempo acorde con los fines de dicha información y que permita su fiel reproducción. Entre otros, tiene la consideración de soporte duradero, el papel, las memorias USB, los CD-ROM, los DVD, las tarjetas de memoria o los discos duros de ordenador, los correos electrónicos, así como los mensajes SMS.

r) “Subasta pública”: método de venta en el que el empresario ofrece bienes o servicios a los consumidores o usuarios, que asisten o se les da la posibilidad de asistir a la subasta en persona, aunque sea por medios telemáticos, mediante un procedimiento de puja transparente y competitivo, dirigido por un subastador y en el que el adjudicatario esté obligado a comprar los bienes o servicios.

2. A los efectos de este libro, título I, capítulo I, artículos 66 bis y 66 ter, y de los títulos III y IV, se consideran “bienes” a las cosas muebles corporales. El agua, el gas y la electricidad se considerarán “bienes” cuando estén envasados para su comercialización en un volumen delimitado o en cantidades determinadas.

3. A los efectos del artículo 20 y de este libro, se considera «mercado en línea» un servicio que emplea programas (*software*), incluidos un sitio web, parte de un sitio web o una aplicación, operado por el empresario o por cuenta de éste, que permite a los consumidores o usuarios celebrar contratos a distancia con otros empresarios o consumidores, y se considera «proveedor de un mercado en línea» a todo empresario que pone a disposición de los consumidores o usuarios un mercado en línea. A los mismos efectos, se entiende por «clasificación», la preeminencia relativa atribuida a los bienes y servicios, en su presentación, organización o comunicación por parte del empresario, independientemente de los medios tecnológicos empleados para dicha presentación, organización o comunicación.

Artículo 60. *Información previa al contrato.*

1. Antes de que el consumidor y usuario quede vinculado por un contrato y oferta correspondiente, el empresario deberá facilitarle de forma clara, comprensible y accesible, la información relevante, veraz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas.

Sin perjuicio de la normativa sectorial que en su caso resulte de aplicación, los términos en que se suministre dicha información, principalmente cuando se trate de personas

consumidoras vulnerables, además de claros, comprensibles, veraces y suficientes, se facilitarán en un formato fácilmente accesible, garantizando en su caso la asistencia necesaria, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses.

2. Serán relevantes las obligaciones de información sobre los bienes o servicios establecidas en esta norma y cualesquiera otras que resulten de aplicación y, además:

a) Las características principales de los bienes o servicios, en la medida adecuada al soporte utilizado y a los bienes o servicios.

b) La identidad del empresario, incluidos los datos correspondientes a la razón social, el nombre comercial, su dirección completa y su número de teléfono y, en su caso, del empresario por cuya cuenta actúe.

c) El precio total, incluidos todos los impuestos y tasas. Si por la naturaleza de los bienes o servicios el precio no puede calcularse razonablemente de antemano o está sujeto a la elaboración de un presupuesto, la forma en que se determina el precio así como todos los gastos adicionales de transporte, entrega o postales o, si dichos gastos no pueden ser calculados razonablemente de antemano, el hecho de que puede ser necesario abonar dichos gastos adicionales.

En toda información al consumidor y usuario sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio total, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.

d) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, la fecha en que el empresario se compromete a entregar los bienes o a ejecutar la prestación del servicio.

e) Además del recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, el contenido digital y los servicios digitales, la existencia y las condiciones de los servicios posventa y las garantías comerciales.

f) La duración del contrato, o, si el contrato es de duración indeterminada o se prolonga de forma automática, las condiciones de resolución. Además, de manera expresa, deberá indicarse la existencia de compromisos de permanencia o vinculación de uso exclusivo de los servicios de un determinado prestador así como las penalizaciones en caso de baja en la prestación del servicio.

g) La lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando no sea aquella en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

h) La existencia del derecho de desistimiento que pueda corresponder al consumidor y usuario, el plazo y la forma de ejercitarlo.

i) La funcionalidad de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables, como son, entre otras, la protección a través de la gestión de los derechos digitales o la codificación regional.

j) Toda compatibilidad e interoperabilidad relevante de los bienes con elementos digitales, el contenido digital y los servicios digitales conocidos por el empresario o que quepa esperar razonablemente que conozca, como son, entre otros, el sistema operativo, la versión necesaria o determinados elementos de los soportes físicos.

k) El procedimiento para atender las reclamaciones de los consumidores y usuarios, así como, en su caso, la información sobre el sistema extrajudicial de resolución de conflictos prevista en el artículo 21.4.

3. El apartado 1 se aplicará también a los contratos para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, calefacción mediante sistemas urbanos y contenido digital que no se preste en un soporte material.

4. La información precontractual debe facilitarse al consumidor y usuario de forma gratuita y al menos en castellano y en su caso, a petición de cualquiera de las partes, deberá redactarse también en cualquiera de las otras lenguas oficiales en el lugar de celebración del contrato.

5. La carga de la prueba en relación con el cumplimiento de los requisitos de información establecidos en este artículo incumbirá al empresario.

[. . .]

Artículo 61. *Integración de la oferta, promoción y publicidad en el contrato.*

1. La oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios se ajustarán a su naturaleza, características, utilidad o finalidad y a las condiciones jurídicas o económicas de la contratación.
2. El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aún cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato.
3. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, si el contrato celebrado contuviese cláusulas más beneficiosas, estas prevalecerán sobre el contenido de la oferta, promoción o publicidad.

[. . .]

TÍTULO III

Contratos celebrados a distancia y contratos celebrados fuera del establecimiento mercantil

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 92. *Ámbito de aplicación.*

1. Se regirán por lo dispuesto en este título los contratos celebrados a distancia con los consumidores y usuarios en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo.

Entre otras, tienen la consideración de técnicas de comunicación a distancia: el correo postal, Internet, el teléfono o el fax.

2. Las disposiciones de este título serán también de aplicación a los siguientes contratos celebrados con consumidores y usuarios fuera del establecimiento mercantil:

a) Contratos celebrados con la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, en un lugar distinto al establecimiento mercantil del empresario.
b) Contratos en los que el consumidor y usuario ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a).
c) Contratos celebrados en el establecimiento mercantil del empresario o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor y usuario en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del empresario, con la presencia física simultánea del empresario y el consumidor y usuario.
d) Contratos celebrados durante una excursión organizada por el empresario con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor y usuario.

3. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 10 y del carácter irrenunciable de los derechos reconocidos al consumidor y usuario en este título, serán válidas las cláusulas contractuales que sean más beneficiosas para el consumidor y usuario.
4. Todos los contratos y ofertas celebrados fuera del establecimiento mercantil se presumen sometidos a las disposiciones de este título, correspondiendo al empresario la prueba en contrario.

Artículo 93. *Excepciones.*

La regulación establecida en este título no será de aplicación:

a) A los contratos de servicios sociales, incluidos la vivienda social, el cuidado de los niños y el apoyo a familias y personas necesitadas, temporal o permanentemente, incluida la atención a largo plazo.

b) A los contratos de servicios relacionados con la salud, prestados por un profesional sanitario a pacientes para evaluar, mantener o restablecer su estado de salud, incluidos la receta, dispensación y provisión de medicamentos y productos sanitarios, con independencia de que estos servicios se presten en instalaciones sanitarias.

c) A los contratos de actividades de juego por dinero que impliquen apuestas de valor monetario en juegos de azar, incluidas las loterías, los juegos de casino y las apuestas.

d) A los contratos de servicios financieros.

e) A los contratos de creación, adquisición o transferencia de bienes inmuebles o de derechos sobre los mismos.

f) A los contratos para la construcción de edificios nuevos, la transformación sustancial de edificios existentes y el alquiler de alojamientos para su uso como vivienda.

g) A los contratos relativos a los viajes combinados del artículo 151.1.b), excepto los apartados 2 y 6 del artículo 98.

h) A los contratos relativos a la protección de los consumidores y usuarios con respecto a determinados aspectos de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio regulados en la Ley 4/2012, de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio y normas tributarias.

i) A los contratos que, con arreglo a la legislación vigente, deban celebrarse ante un fedatario público, obligado por ley a ser independiente e imparcial y a garantizar, mediante el suministro de una información jurídica comprensible, que el consumidor y usuario celebra el contrato únicamente previa reflexión suficiente y con pleno conocimiento de su alcance jurídico.

j) A los contratos para el suministro de productos alimenticios, bebidas u otros bienes de consumo corriente en el hogar, suministrados físicamente por un empresario mediante entregas frecuentes y regulares en el hogar o lugar de residencia o de trabajo del consumidor y usuario.

k) A los contratos de servicios de transporte de pasajeros, sin perjuicio de la aplicación del artículo 98.2.

l) A los contratos celebrados mediante distribuidores automáticos o instalaciones comerciales automatizadas.

m) A los contratos celebrados con operadores de telecomunicaciones a través de teléfonos públicos para la utilización de esos teléfonos, o celebrados para el establecimiento de una única conexión de teléfono, Internet o fax por parte de un consumidor y usuario.

n) A los contratos de bienes vendidos por la autoridad judicial tras un embargo u otro procedimiento.

Artículo 94. *Comunicaciones comerciales y contratación electrónica.*

En las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otros medios de comunicación electrónica y en la contratación a distancia de bienes o servicios por medios electrónicos, se aplicará además de lo dispuesto en este título, la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

Cuando lo dispuesto en este título entre en contradicción con el contenido de la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico, ésta será de aplicación preferente, salvo lo previsto en el artículo 97.7, párrafo segundo.

Artículo 95. *Servicios de intermediación en los contratos a distancia.*

Los operadores de las técnicas de comunicación a distancia, entendiendo por tales a las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que sean titulares de las técnicas de comunicación a distancia utilizadas por los empresarios, están obligados a procurar, en la

medida de sus posibilidades y con la diligencia debida, que éstos respeten los derechos que este título reconoce a los consumidores y usuarios y cumplan las obligaciones que en él se les imponen.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no será exigible a los prestadores de servicios de intermediación de la sociedad de la información, que se regirán por lo previsto en la normativa específica sobre servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico.

Artículo 96. *Comunicaciones comerciales a distancia.*

1. En todas las comunicaciones comerciales a distancia deberá constar inequívocamente su carácter comercial.

2. En el caso de comunicaciones telefónicas, deberá precisarse explícita y claramente, al inicio de cualquier conversación con el consumidor y usuario, la identidad del empresario, o si procede, la identidad de la persona por cuenta de la cual efectúa la llamada, así como indicar la finalidad comercial de la misma. En ningún caso, las llamadas telefónicas se efectuarán antes de las 9 horas ni más tarde de las 21 horas ni festivos o fines de semana.

3. La utilización por parte del empresario de técnicas de comunicación que consistan en un sistema automatizado de llamadas sin intervención humana o el telefax necesitará el consentimiento expreso previo del consumidor y usuario.

El consumidor y usuario tendrá derecho a no recibir, sin su consentimiento, llamadas con fines de comunicación comercial que se efectúen mediante sistemas distintos de los referidos en el apartado anterior, cuando hubiera decidido no figurar en las guías de comunicaciones electrónicas disponibles al público, ejercido el derecho a que los datos que aparecen en ellas no sean utilizados con fines de publicidad o prospección comercial, o solicitado la incorporación a los ficheros comunes de exclusión de envío de comunicaciones comerciales regulados en la normativa de protección de datos personales.

4. El consumidor y usuario tendrá derecho a oponerse a recibir ofertas comerciales no deseadas, por teléfono, fax u otros medios de comunicación equivalente.

En el marco de una relación preexistente, el consumidor y usuario tendrá asimismo derecho a oponerse a recibir comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente. Debe ser informado en cada una de las comunicaciones comerciales de los medios sencillos y gratuitos para oponerse a recibirlas.

5. En aquellos casos en que una oferta comercial no deseada se realice por teléfono, las llamadas deberán llevarse a cabo desde un número de teléfono identificable. Cuando el usuario reciba la primera oferta comercial del emisor, deberá ser informado tanto de su derecho a manifestar su oposición a recibir nuevas ofertas como a obtener el número de referencia de dicha oposición. A solicitud del consumidor y usuario, el empresario estará obligado a facilitarle un justificante de haber manifestado su oposición que deberá remitirle en el plazo más breve posible y en todo caso en el plazo máximo de un mes.

El emisor estará obligado a conservar durante al menos un año los datos relativos a los usuarios que hayan ejercido su derecho a oponerse a recibir ofertas comerciales, junto con el número de referencia otorgado a cada uno de ellos, y deberá ponerlos a disposición de las autoridades competentes.

6. En todo caso, deberán cumplirse las disposiciones vigentes sobre protección de los menores y respeto a la intimidad. Cuando para la realización de comunicaciones comerciales se utilicen datos personales sin contar con el consentimiento del interesado, se proporcionará al destinatario la información que señala el artículo 30.2 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y se ofrecerá al destinatario la oportunidad de oponerse a la recepción de las mismas.

[. . .]

TÍTULO IV

Garantías y servicios posventa

CAPÍTULO I

Disposiciones generales sobre garantía

Artículo 114. *Ámbito de aplicación.*

1. Están incluidos en el ámbito de aplicación de este título los contratos de compraventa de bienes existentes o de bienes que hayan de producirse o fabricarse y los contratos de suministro de contenidos o servicios digitales, incluyéndose como tales todos aquellos que tengan por objeto la entrega de soportes materiales que sirvan exclusivamente como portadores de contenidos digitales.

El Reglamento (UE) 2016/679, General de Protección de Datos, así como la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones y su normativa de desarrollo, se aplicarán a cualesquiera datos personales tratados en las relaciones contempladas en los apartados anteriores, prevaleciendo sus disposiciones en caso de conflicto con lo regulado en este Título.

2. Lo previsto en este título no será de aplicación a:

a) Los animales vivos.

b) Los bienes de segunda mano adquiridos en subasta administrativa a la que los consumidores y usuarios puedan asistir personalmente.

c) La prestación de servicios distintos de los servicios digitales, independientemente de que el empresario haya utilizado formas o medios digitales para obtener el resultado del servicio o para entregarlo o transmitirlo al consumidor o usuario.

d) Los servicios de comunicaciones electrónicas prestados por lo general a cambio de una remuneración a través de redes de comunicaciones electrónicas, con la excepción de los servicios que suministren contenidos transmitidos mediante redes y servicios de comunicaciones electrónicas o ejerzan control editorial sobre ellos, y que incluyen:

1.º El servicio de acceso a internet, entendido según la definición del punto 2) del párrafo segundo del artículo 2 del Reglamento (UE) 2015/2120 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, por el que se establecen medidas en relación con el acceso a una internet abierta.

2.º El servicio de comunicaciones interpersonales, excepto los servicios de comunicaciones interpersonales independientes de la numeración.

3.º Los servicios consistentes, en su totalidad o principalmente, en el transporte de señales, como son los servicios de transmisión utilizados para la prestación de servicios máquina a máquina y para la radiodifusión.

e) Los contenidos o servicios digitales relacionados con la salud prescritos o suministrados por un profesional sanitario a pacientes para evaluar, mantener o restablecer su estado de salud, incluidos la receta, dispensación y provisión de medicamentos y productos sanitarios.

f) Los servicios de juego que impliquen apuestas de valor pecuniario en juegos de azar, incluidos aquellos con un elemento de destreza, como las loterías, los juegos de casino, los juegos de póquer y las apuestas, por medios electrónicos o cualquier otra tecnología destinada a facilitar la comunicación y a petición individual del receptor de dichos servicios.

g) Los servicios financieros.

h) El programa (software) ofrecido por el empresario bajo una licencia libre y de código abierto, cuando el consumidor o usuario no pague ningún precio y los datos personales facilitados por el consumidor o usuario sean tratados exclusivamente por el empresario con el fin de mejorar la seguridad, compatibilidad o interoperabilidad de ese programa (software) concreto.

i) El suministro de los contenidos digitales cuando estos se pongan a disposición del público en general por un medio distinto de la transmisión de señales como parte de una actuación o acontecimiento, como las proyecciones cinematográficas digitales.

j) El contenido digital proporcionado de conformidad con la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector por organismos del sector público de cualquier Estado miembro de la Unión Europea.

En el caso a que se refiere la letra b), los consumidores o usuarios podrán acceder fácilmente a información clara y comprensible de que no se aplican los derechos derivados del presente título.

3. Los artículos 126 y 126 bis no se aplicarán cuando un paquete en el sentido del Código Europeo de las Comunicaciones Electrónicas, incluya elementos de un servicio de acceso a internet, tal como se define en el artículo 2.2) del Reglamento (UE) 2015/2120, o un servicio de comunicaciones interpersonales basado en numeración, según la definición del citado Código.

Artículo 115. *Conformidad de los bienes y de los contenidos o servicios digitales.*

Los bienes, los contenidos o servicios digitales que el empresario entregue o suministre al consumidor o usuario se considerarán conformes con el contrato cuando cumplan los requisitos subjetivos y objetivos establecidos que sean de aplicación siempre que, cuando corresponda, hayan sido instalados o integrados correctamente, todo ello sin perjuicio de los derechos de terceros a los que se refiere el segundo párrafo del artículo 117.

Artículo 115 bis. *Requisitos subjetivos para la conformidad.*

Para ser conformes con el contrato, los bienes y los contenidos o servicios digitales deberán cumplir, en particular y cuando sean de aplicación, los siguientes requisitos:

a) Ajustarse a la descripción, tipo de bien, cantidad y calidad y poseer la funcionalidad, compatibilidad, interoperabilidad y demás características que se establezcan en el contrato.

b) Ser aptos para los fines específicos para los que el consumidor o usuario los necesite y que este haya puesto en conocimiento del empresario como muy tarde en el momento de la celebración del contrato, y respecto de los cuales el empresario haya expresado su aceptación.

c) Ser entregados o suministrados junto con todos los accesorios, instrucciones, también en materia de instalación o integración, y asistencia al consumidor o usuario en caso de contenidos digitales según disponga el contrato.

d) Ser suministrados con actualizaciones, en el caso de los bienes, o ser actualizados, en el caso de contenidos o servicios digitales, según se establezca en el contrato en ambos casos.

Artículo 115 ter. *Requisitos objetivos para la conformidad.*

1. Además de cumplir cualesquiera requisitos subjetivos para la conformidad, los bienes y los contenidos o servicios digitales deberán cumplir todos los siguientes requisitos:

a) Ser aptos para los fines a los que normalmente se destinen bienes o contenidos o servicios digitales del mismo tipo, teniendo en cuenta, cuando sea de aplicación, toda norma vigente, toda norma técnica existente o, a falta de dicha norma técnica, todo código de conducta específico de la industria del sector.

b) Cuando sea de aplicación, poseer la calidad y corresponder con la descripción de la muestra o modelo del bien o ser conformes con la versión de prueba o vista previa del contenido o servicio digital que el empresario hubiese puesto a disposición del consumidor o usuario antes de la celebración del contrato.

c) Cuando sea de aplicación, entregarse o suministrarse junto con los accesorios, en particular el embalaje, y las instrucciones que el consumidor y usuario pueda razonablemente esperar recibir.

d) Presentar la cantidad y poseer las cualidades y otras características, en particular respecto de la durabilidad del bien, la accesibilidad y continuidad del contenido o servicio digital y la funcionalidad, compatibilidad y seguridad que presentan normalmente los bienes y los contenidos o servicios digitales del mismo tipo y que el consumidor o usuario pueda razonablemente esperar, dada la naturaleza de los mismos y teniendo en cuenta cualquier declaración pública realizada por el empresario, o en su nombre, o por otras personas en fases previas de la cadena de transacciones, incluido el productor, especialmente en la

publicidad o el etiquetado. El empresario no quedará obligado por tales declaraciones públicas, si demuestra alguno de los siguientes hechos:

1.º Que desconocía y no cabía razonablemente esperar que conociera la declaración en cuestión.
2.º Que, en el momento de la celebración del contrato, la declaración pública había sido corregida del mismo o similar modo en el que había sido realizada.
3.º Que la declaración pública no pudo influir en la decisión de adquirir el bien o el contenido o servicio digital.

2. En el caso de contratos de compraventa de bienes con elementos digitales o de suministro de contenidos o servicios digitales, el empresario velará por que se comuniquen y suministren al consumidor o usuario las actualizaciones, incluidas las relativas a la seguridad, que sean necesarias para mantener la conformidad, durante cualquiera de los siguientes períodos:

a) Aquel que el consumidor o usuario pueda razonablemente esperar habida cuenta del tipo y la finalidad de los bienes con elementos digitales o de los contenidos o servicios digitales, y teniendo en cuenta las circunstancias y la naturaleza del contrato, cuando el contrato establezca un único acto de suministro o una serie de actos de suministro separados, en su caso.
b) Aquel en el que deba suministrarse el contenido o servicio digital con arreglo al contrato de compraventa de bienes con elementos digitales o al contrato de suministro, cuando este prevea un plazo de suministro continuo durante un período de tiempo. No obstante, cuando el contrato de compraventa de bienes con elementos digitales prevea un plazo de suministro continuo igual o inferior a tres años, el período de responsabilidad será de tres años a partir del momento de la entrega del bien.

3. En caso de que el consumidor o usuario no instale en un plazo razonable las actualizaciones proporcionadas de conformidad con el apartado anterior, el empresario no será responsable de ninguna falta de conformidad causada únicamente por la ausencia de la correspondiente actualización, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

a) El empresario hubiese informado al consumidor o usuario acerca de la disponibilidad de la actualización y de las consecuencias de su no instalación; y
b) El hecho de que el consumidor o usuario no instalase la actualización o no lo hiciese correctamente no se debiera a deficiencias en las instrucciones facilitadas.

4. Cuando el contrato prevea el suministro continuo de contenidos o servicios digitales a lo largo de un período, estos serán conformes durante todo ese período.
5. No habrá lugar a responsabilidad por faltas de conformidad en el sentido de lo dispuesto en los apartados 1 o 2 cuando, en el momento de la celebración del contrato, el consumidor o usuario hubiese sido informado de manera específica de que una determinada característica de los bienes o de los contenidos o servicios digitales se apartaba de los requisitos objetivos de conformidad establecidos en los apartados 1 o 2 y el consumidor o usuario hubiese aceptado de forma expresa y por separado dicha divergencia.
6. Salvo que las partes lo hayan acordado de otro modo, los contenidos o servicios digitales se suministrarán de conformidad con la versión más reciente disponible en el momento de la celebración del contrato.

Artículo 115 quater. *Instalación incorrecta de los bienes e integración incorrecta de los contenidos o servicios digitales.*

La falta de conformidad que resulte de una instalación incorrecta del bien o integración incorrecta de los contenidos o servicios digitales en el entorno digital del consumidor o usuario se equiparará a la falta de conformidad, cuando se de alguna de las siguientes condiciones:

a) La instalación o integración incorrecta haya sido realizada por el empresario o bajo su responsabilidad y, en el supuesto de tratarse de una compraventa de bienes, su instalación esté incluida en el contrato.

b) En el contrato esté previsto que la instalación o la integración la realice el consumidor o usuario, haya sido realizada por éste y la instalación o la integración incorrecta se deba a deficiencias en las instrucciones de instalación o integración proporcionadas por el empresario o, en el caso de bienes con elementos digitales, proporcionadas por el empresario.

Artículo 116. *Incompatibilidad de acciones.*

El ejercicio de las acciones que contempla este título será incompatible con el ejercicio de las acciones derivadas del saneamiento previstas en el Código Civil.

En todo caso, el consumidor o usuario tendrá derecho, de acuerdo con la legislación civil y mercantil, a ser indemnizado por los daños y perjuicios derivados de la falta de conformidad.

CAPÍTULO II

Responsabilidad del empresario y derechos del consumidor y usuario

Artículo 117. *Responsabilidad del empresario y derechos del consumidor y usuario en caso de falta de conformidad de los bienes, contenidos o servicios digitales. Derechos de terceros.*

1. El empresario responderá ante el consumidor o usuario de cualquier falta de conformidad que exista en el momento de la entrega del bien, contenido o servicio digital, pudiendo el consumidor o usuario, mediante una simple declaración, exigir al empresario la subsanación de dicha falta de conformidad, la reducción del precio o la resolución del contrato. En cualquiera de estos supuestos el consumidor o usuario podrá exigir, además, la indemnización de daños y perjuicios, si procede.

El consumidor o usuario tendrá derecho a suspender el pago de cualquier parte pendiente del precio del bien o del contenido o servicio digital adquirido hasta que el empresario cumpla con las obligaciones establecidas en el presente título.

2. Cuando, a consecuencia de una vulneración de derechos de terceros, en particular de los derechos de propiedad intelectual, se impida o limite la utilización de los bienes o de los contenidos o servicios digitales, el consumidor o usuario podrá exigir igualmente, en el supuesto de su falta de conformidad, las medidas correctoras previstas en el apartado anterior, salvo que una ley establezca en esos casos la rescisión o nulidad del contrato.

[. . .]

§ 5

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 313, de 29 de diciembre de 2004
Última modificación: 7 de septiembre de 2022
Referencia: BOE-A-2004-21760

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo 1. *Objeto de la Ley.*

1. La presente Ley tiene por objeto actuar contra la violencia que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, se ejerce sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aun sin convivencia.

2. Por esta ley se establecen medidas de protección integral cuya finalidad es prevenir, sancionar y erradicar esta violencia y prestar asistencia a las mujeres, a sus hijos menores y a los menores sujetos a su tutela, o guarda y custodia, víctimas de esta violencia.

3. La violencia de género a que se refiere la presente Ley comprende todo acto de violencia física y psicológica, incluidas las agresiones a la libertad sexual, las amenazas, las coacciones o la privación arbitraria de libertad.

4. La violencia de género a que se refiere esta Ley también comprende la violencia que con el objetivo de causar perjuicio o daño a las mujeres se ejerza sobre sus familiares o allegados menores de edad por parte de las personas indicadas en el apartado primero.

Artículo 2. *Principios rectores.*

A través de esta Ley se articula un conjunto integral de medidas encaminadas a alcanzar los siguientes fines:

a) Fortalecer las medidas de sensibilización ciudadana de prevención, dotando a los poderes públicos de instrumentos eficaces en el ámbito educativo, servicios sociales, sanitario, publicitario y mediático.

b) Consagrar derechos de las mujeres víctimas de violencia de género, exigibles ante las Administraciones Públicas, y así asegurar un acceso rápido, transparente y eficaz a los servicios establecidos al efecto.

c) Reforzar hasta la consecución de los mínimos exigidos por los objetivos de la ley los servicios sociales de información, de atención, de emergencia, de apoyo y de recuperación integral, así como establecer un sistema para la más eficaz coordinación de los servicios ya existentes a nivel municipal y autonómico.

d) Garantizar derechos en el ámbito laboral y funcionarial que concilien los requerimientos de la relación laboral y de empleo público con las circunstancias de aquellas trabajadoras o funcionarias que sufran violencia de género.

e) Garantizar derechos económicos para las mujeres víctimas de violencia de género, con el fin de facilitar su integración social.

f) Establecer un sistema integral de tutela institucional en el que la Administración General del Estado, a través de la Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer, en colaboración con el Observatorio Estatal de la Violencia sobre la Mujer, impulse la creación de políticas públicas dirigidas a ofrecer tutela a las víctimas de la violencia contemplada en la presente Ley.

g) Fortalecer el marco penal y procesal vigente para asegurar una protección integral, desde las instancias jurisdiccionales, a las víctimas de violencia de género.

h) Coordinar los recursos e instrumentos de todo tipo de los distintos poderes públicos para asegurar la prevención de los hechos de violencia de género y, en su caso, la sanción adecuada a los culpables de los mismos.

i) Promover la colaboración y participación de las entidades, asociaciones y organizaciones que desde la sociedad civil actúan contra la violencia de género.

j) Fomentar la especialización de los colectivos profesionales que intervienen en el proceso de información, atención y protección a las víctimas.

k) Garantizar el principio de transversalidad de las medidas, de manera que en su aplicación se tengan en cuenta las necesidades y demandas específicas de todas las mujeres víctimas de violencia de género.

TÍTULO I

Medidas de sensibilización, prevención y detección

[. . .]

CAPÍTULO II

En el ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación

Artículo 10. *Publicidad ilícita.*

De acuerdo con lo establecido en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se considerará ilícita la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

Artículo 11.

El Ente público al que corresponda velar para que los medios audiovisuales cumplan sus obligaciones adoptará las medidas que procedan para asegurar un tratamiento de la mujer conforme con los principios y valores constitucionales, sin perjuicio de las posibles actuaciones por parte de otras entidades.

Artículo 12. *Titulares de la acción de cesación y rectificación.*

La Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer , el Instituto de la Mujer u órgano equivalente de cada Comunidad Autónoma, el Ministerio Fiscal y las Asociaciones que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer estarán legitimados para ejercitar ante los Tribunales la acción de cesación de publicidad ilícita por utilizar en forma vejatoria la imagen de la mujer, en los términos de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Artículo 13. *Medios de comunicación.*

1. Las Administraciones Públicas velarán por el cumplimiento estricto de la legislación en lo relativo a la protección y salvaguarda de los derechos fundamentales, con especial

atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres en todos los medios de comunicación social, de acuerdo con la legislación vigente.

2. La Administración pública promoverá acuerdos de autorregulación que, contando con mecanismos de control preventivo y de resolución extrajudicial de controversias eficaces, contribuyan al cumplimiento de la legislación publicitaria.

Artículo 14.

Los medios de comunicación fomentarán la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.

La difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos. En particular, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones.

[. . .]

§ 6

Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 15, de 17 de enero de 1996
Última modificación: 5 de junio de 2021
Referencia: BOE-A-1996-1069

TÍTULO I

De los derechos y deberes de los menores

CAPÍTULO I

Ámbito e interés superior del menor

Artículo 1. *Ambito de aplicación.*

La presente Ley y sus disposiciones de desarrollo son de aplicación a los menores de dieciocho años que se encuentren en territorio español, salvo que en virtud de la ley que les sea aplicable hayan alcanzado anteriormente la mayoría de edad.

Artículo 2. *Interés superior del menor.*

1. Todo menor tiene derecho a que su interés superior sea valorado y considerado como primordial en todas las acciones y decisiones que le conciernan, tanto en el ámbito público como privado. En la aplicación de la presente ley y demás normas que le afecten, así como en las medidas concernientes a los menores que adopten las instituciones, públicas o privadas, los Tribunales, o los órganos legislativos primará el interés superior de los mismos sobre cualquier otro interés legítimo que pudiera concurrir.

Las limitaciones a la capacidad de obrar de los menores se interpretarán de forma restrictiva y, en todo caso, siempre en el interés superior del menor.

2. A efectos de la interpretación y aplicación en cada caso del interés superior del menor, se tendrán en cuenta los siguientes criterios generales, sin perjuicio de los establecidos en la legislación específica aplicable, así como de aquellos otros que puedan estimarse adecuados atendiendo a las circunstancias concretas del supuesto:

a) La protección del derecho a la vida, supervivencia y desarrollo del menor y la satisfacción de sus necesidades básicas, tanto materiales, físicas y educativas como emocionales y afectivas.

b) La consideración de los deseos, sentimientos y opiniones del menor, así como su derecho a participar progresivamente, en función de su edad, madurez, desarrollo y evolución personal, en el proceso de determinación de su interés superior.

c) La conveniencia de que su vida y desarrollo tenga lugar en un entorno familiar adecuado y libre de violencia. Se priorizará la permanencia en su familia de origen y se preservará el mantenimiento de sus relaciones familiares, siempre que sea posible y positivo para el menor. En caso de acordarse una medida de protección, se priorizará el acogimiento familiar frente al residencial. Cuando el menor hubiera sido separado de su núcleo familiar, se valorarán las posibilidades y conveniencia de su retorno, teniendo en cuenta la evolución de la familia desde que se adoptó la medida protectora y primando siempre el interés y las necesidades del menor sobre las de la familia.

d) La preservación de la identidad, cultura, religión, convicciones, orientación e identidad sexual o idioma del menor, así como la no discriminación del mismo por éstas o cualesquiera otras condiciones, incluida la discapacidad, garantizando el desarrollo armónico de su personalidad.

3. Estos criterios se ponderarán teniendo en cuenta los siguientes elementos generales:

a) La edad y madurez del menor.

b) La necesidad de garantizar su igualdad y no discriminación por su especial vulnerabilidad, ya sea por la carencia de entorno familiar, sufrir maltrato, su discapacidad, su orientación e identidad sexual, su condición de refugiado, solicitante de asilo o protección subsidiaria, su pertenencia a una minoría étnica, o cualquier otra característica o circunstancia relevante.

c) El irreversible efecto del transcurso del tiempo en su desarrollo.

d) La necesidad de estabilidad de las soluciones que se adopten para promover la efectiva integración y desarrollo del menor en la sociedad, así como de minimizar los riesgos que cualquier cambio de situación material o emocional pueda ocasionar en su personalidad y desarrollo futuro.

e) La preparación del tránsito a la edad adulta e independiente, de acuerdo con sus capacidades y circunstancias personales.

f) Aquellos otros elementos de ponderación que, en el supuesto concreto, sean considerados pertinentes y respeten los derechos de los menores.

Los anteriores elementos deberán ser valorados conjuntamente, conforme a los principios de necesidad y proporcionalidad, de forma que la medida que se adopte en el interés superior del menor no restrinja o limite más derechos que los que ampara.

4. En caso de concurrir cualquier otro interés legítimo junto al interés superior del menor deberán priorizarse las medidas que, respondiendo a este interés, respeten también los otros intereses legítimos presentes.

En caso de que no puedan respetarse todos los intereses legítimos concurrentes, deberá primar el interés superior del menor sobre cualquier otro interés legítimo que pudiera concurrir.

Las decisiones y medidas adoptadas en interés superior del menor deberán valorar en todo caso los derechos fundamentales de otras personas que pudieran verse afectados.

5. Toda resolución de cualquier orden jurisdiccional y toda medida en el interés superior de la persona menor de edad deberá ser adoptada respetando las debidas garantías del proceso y, en particular:

a) Los derechos del menor a ser informado, oído y escuchado, y a participar en el proceso de acuerdo con la normativa vigente.

b) La intervención en el proceso de profesionales cualificados o expertos. En caso necesario, estos profesionales han de contar con la formación suficiente para determinar las específicas necesidades de los niños con discapacidad. En las decisiones especialmente relevantes que afecten al menor se contará con el informe colegiado de un grupo técnico y multidisciplinar especializado en los ámbitos adecuados.

c) La participación de progenitores, tutores o representantes legales del menor o de un defensor judicial si hubiera conflicto de interés o discrepancia con ellos y del Ministerio Fiscal en el proceso en defensa de sus intereses. Se presumirá que existe un conflicto de interés

cuando la opinión de la persona menor de edad sea contraria a la medida que se adopte sobre ella o suponga una restricción de sus derechos.

d) La adopción de una decisión que incluya en su motivación los criterios utilizados, los elementos aplicados al ponderar los criterios entre sí y con otros intereses presentes y futuros, y las garantías procesales respetadas.

e) La existencia de recursos que permitan revisar la decisión adoptada que no haya considerado el interés superior del menor como primordial o en el caso en que el propio desarrollo del menor o cambios significativos en las circunstancias que motivaron dicha decisión hagan necesario revisarla. Los menores gozarán del derecho a la asistencia jurídica gratuita en los casos legalmente previstos.

CAPÍTULO II

Derechos del menor

[. . .]

Artículo 4. *Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.*

1. Los menores tienen derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Este derecho comprende también la inviolabilidad del domicilio familiar y de la correspondencia, así como del secreto de las comunicaciones.

2. La difusión de información o la utilización de imágenes o nombre de los menores en los medios de comunicación que puedan implicar una intromisión ilegítima en su intimidad, honra o reputación, o que sea contraria a sus intereses, determinará la intervención del Ministerio Fiscal, que instará de inmediato las medidas cautelares y de protección previstas en la Ley y solicitará las indemnizaciones que correspondan por los perjuicios causados.

3. Se considera intromisión ilegítima en el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen del menor, cualquier utilización de su imagen o su nombre en los medios de comunicación que pueda implicar menoscabo de su honra o reputación, o que sea contraria a sus intereses incluso si consta el consentimiento del menor o de sus representantes legales.

4. Sin perjuicio de las acciones de las que sean titulares los representantes legales del menor, corresponde en todo caso al Ministerio Fiscal su ejercicio, que podrá actuar de oficio o a instancia del propio menor o de cualquier persona interesada, física, jurídica o entidad pública.

5. Los padres o tutores y los poderes públicos respetarán estos derechos y los protegerán frente a posibles ataques de terceros.

Artículo 5. *Derecho a la información.*

1. Los menores tienen derecho a buscar, recibir y utilizar la información adecuada a su desarrollo. Se prestará especial atención a la alfabetización digital y mediática, de forma adaptada a cada etapa evolutiva, que permita a los menores actuar en línea con seguridad y responsabilidad y, en particular, identificar situaciones de riesgo derivadas de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación así como las herramientas y estrategias para afrontar dichos riesgos y protegerse de ellos.

2. Los padres o tutores y los poderes públicos velarán porque la información que reciban los menores sea veraz, plural y respetuosa con los principios constitucionales.

3. Las Administraciones Públicas incentivarán la producción y difusión de materiales informativos y otros destinados a los menores, que respeten los criterios enunciados, al mismo tiempo que facilitarán el acceso de los menores a los servicios de información, documentación, bibliotecas y demás servicios culturales incluyendo una adecuada sensibilización sobre la oferta legal de ocio y cultura en Internet y sobre la defensa de los derechos de propiedad intelectual.

En particular, velarán porque los medios de comunicación en sus mensajes dirigidos a menores promuevan los valores de igualdad, solidaridad, diversidad y respeto a los demás, eviten imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales, o que reflejen un trato degradante o sexista, o un trato discriminatorio hacia las personas con discapacidad.

En el ámbito de la autorregulación, las autoridades y organismos competentes impulsarán entre los medios de comunicación, la generación y supervisión del cumplimiento de códigos de conducta destinados a salvaguardar la promoción de los valores anteriormente descritos, limitando el acceso a imágenes y contenidos digitales lesivos para los menores, a tenor de lo contemplado en los códigos de autorregulación de contenidos aprobados. Se garantizará la accesibilidad, con los ajustes razonables precisos, de dichos materiales y servicios, incluidos los de tipo tecnológico, para los menores con discapacidad.

Los poderes públicos y los prestadores fomentarán el disfrute pleno de la comunicación audiovisual para los menores con discapacidad y el uso de buenas prácticas que evite cualquier discriminación o repercusión negativa hacia dichas personas.

4. Para garantizar que la publicidad o mensajes dirigidos a menores o emitidos en la programación dirigida a éstos, no les perjudique moral o físicamente, podrá ser regulada por normas especiales.

5. Sin perjuicio de otros sujetos legitimados, corresponde en todo caso al Ministerio Fiscal y a las Administraciones públicas competentes en materia de protección de menores el ejercicio de las acciones de cese y rectificación de publicidad ilícita.

[. . .]

Artículo 8. *Derecho a la libertad de expresión.*

1. Los menores gozan del derecho a la libertad de expresión en los términos constitucionalmente previstos. Esta libertad de expresión tiene también su límite en la protección de la intimidad y la imagen del propio menor recogida en el artículo 4 de esta Ley.

2. En especial, el derecho a la libertad de expresión de los menores se extiende:

a) A la publicación y difusión de sus opiniones.
b) A la edición y producción de medios de difusión.
c) Al acceso a las ayudas que las Administraciones públicas establezcan con tal fin.

3. El ejercicio de este derecho podrá estar sujeto a las restricciones que prevea la Ley para garantizar el respeto de los derechos de los demás o la protección de la seguridad, salud, moral u orden público.

[. . .]

§ 7

Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 283, de 24 de noviembre de 2009
Última modificación: 12 de noviembre de 2020
Referencia: BOE-A-2009-18731

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

I

El sector servicios es el sector más importante, tanto de la economía europea como de la española, en términos económicos y de empleo y el que ha experimentado un mayor desarrollo en los últimos años. A esta expansión ha contribuido, sin duda, el Tratado de la Comunidad Europea, que consagra, ya en 1957, tanto la libertad de establecimiento como la libertad de circulación de servicios dentro de la Comunidad.

Sin embargo, tras cinco décadas de vigencia del Tratado, los avances en estas libertades han sido insuficientes para alcanzar un auténtico mercado único de servicios que permita a los prestadores, en particular a las pequeñas y medianas empresas, extender sus operaciones más allá de sus fronteras nacionales y beneficiarse plenamente del mercado interior y que al mismo tiempo ofrezca a los consumidores mayor transparencia e información, proporcionándoles más posibilidades de elección y unos servicios de calidad a precios más bajos. La Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, en adelante la Directiva, aprobada en el marco de la estrategia de Lisboa, responde a esta situación, al establecer una serie de principios de aplicación general para la normativa reguladora del acceso a las actividades de servicios y su ejercicio dentro de la Unión Europea.

En efecto, el sector servicios por sus características está sometido a una regulación compleja tanto en España como en el resto de países de la Unión Europea. En ocasiones, esta regulación puede resultar obsoleta o inadecuada y dar lugar a distorsiones en el funcionamiento de los mercados de servicios como son la falta de competencia, las ineficiencias en la asignación de los recursos o la estrechez de los mercados. En España, dada la importancia del sector servicios, estas distorsiones generan efectos negativos en el

conjunto de la economía, contribuyendo al diferencial de inflación con los países de nuestro entorno, limitando el avance de la productividad, el crecimiento, la creación de empleo y, en definitiva, la mejora del bienestar económico.

Por ello, esta Ley, al incorporar al ordenamiento jurídico la Directiva, adopta un enfoque ambicioso intensificando la aplicación de sus principios, si bien establece expresamente que los servicios no económicos de interés general quedan excluidos de su ámbito de aplicación. El fin es impulsar la mejora de la regulación del sector servicios, reduciendo las trabas injustificadas o desproporcionadas al ejercicio de una actividad de servicios y proporcionando un entorno más favorable y transparente a los agentes económicos que incentive la creación de empresas y genere ganancias en eficiencia, productividad y empleo en las actividades de servicios, además del incremento de la variedad y calidad de los servicios disponibles para empresas y ciudadanos. Así, la Ley establece como régimen general el de la libertad de acceso a las actividades de servicios y su libre ejercicio en todo el territorio español y regula como excepcionales los supuestos que permiten imponer restricciones a estas actividades.

El objeto de esta Ley es, pues, establecer las disposiciones y principios necesarios para garantizar el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio realizadas en territorio español por prestadores establecidos en España o en cualquier otro Estado miembro de la Unión Europea, simplificando los procedimientos y fomentando al mismo tiempo un nivel elevado de calidad en los servicios, promoviendo un marco regulatorio transparente, predecible y favorable para la actividad económica, impulsando la modernización de las Administraciones Públicas para responder a las necesidades de empresas y consumidores y garantizando una mejor protección de los derechos de los consumidores y usuarios de servicios.

Ahora bien, es importante destacar que para la mejora del marco regulador del sector servicios no basta con el establecimiento, mediante esta Ley, de las disposiciones y los principios generales que deben regir la regulación actual y futura de las actividades de servicios. Por el contrario, será necesario llevar a cabo un ejercicio de evaluación de la normativa reguladora del acceso a las actividades de servicios y su ejercicio conforme a los principios y criterios que esta Ley establece y, en su caso, modificar o derogar esta normativa.

II

La Ley consta de un total de 32 artículos, agrupados en seis capítulos, seis disposiciones adicionales, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y seis disposiciones finales.

El capítulo I – «Disposiciones Generales»– concreta el objeto de la Ley, su ámbito de aplicación y define algunos conceptos que son importantes para su comprensión.

La Ley se aplica a los servicios que son ofrecidos o prestados en territorio español por prestadores establecidos en España o en cualquier otro Estado miembro de la Unión Europea. De esta forma, esta Ley no se aplica a normas que deban ser respetadas por la sociedad en su conjunto, ya sean prestadores o particulares, como por ejemplo, la normativa en materia de Derecho penal o las normas de comportamiento en la circulación. Es decir, la Ley no interfiere con los requisitos o con la normativa que tienen que ser respetados por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada.

En el mismo sentido, esta Ley no afecta a las disposiciones legales o reglamentarias en materia de empleo y condiciones de trabajo, incluida la seguridad y salud en el trabajo, ni a las cláusulas contenidas en convenios colectivos o en contratos individuales de trabajo ni al ejercicio de derechos colectivos en el ámbito laboral, como el derecho a negociar, celebrar y aplicar convenios colectivos y a emprender acciones de conflicto colectivo.

Es importante destacar que la Ley se refiere únicamente a las actividades de servicios por cuenta propia que se realizan a cambio de una contraprestación económica. Los servicios no económicos de interés general, que se realizan en ausencia de dicha contrapartida económica, no están cubiertos por las disposiciones del Tratado de la Comunidad Europea relativas al mercado interior, por lo que no están incluidos en el ámbito de aplicación de la Directiva y consiguientemente tampoco en el de esta Ley. Por otro lado,

esta Ley no afecta a los requisitos que rigen el acceso a los fondos públicos, incluidas las condiciones contractuales específicas y las normas de calidad que han de respetarse como condición para percibirlos.

No se aplica esta Ley, siguiendo la Directiva, a los servicios financieros; los servicios y redes de comunicaciones electrónicas; los servicios en el ámbito del transporte, incluidos los servicios portuarios; los servicios de las empresas de trabajo temporal; los servicios sanitarios; los servicios audiovisuales, incluidos los servicios cinematográficos y la radiodifusión; las actividades de juego, incluidas las loterías; los servicios sociales relativos a la vivienda social, la atención a la infancia y el apoyo a familias y personas temporal o permanentemente necesitadas, proporcionados directa o indirectamente por las Administraciones Públicas; y los servicios de seguridad privada.

Además, cabe señalar que la Directiva tampoco se aplica a las actividades que supongan el ejercicio de la autoridad pública. En nuestro ordenamiento jurídico ello implica que los actos realizados por fedatarios públicos, así como por los registradores de la propiedad y mercantiles, quedan fuera de su ámbito de aplicación. La Ley tampoco se aplica al ámbito tributario.

Por otro lado, conviene señalar que esta Ley no se aplicará a aquellos aspectos concretos relacionados con el acceso de una actividad de servicios o su ejercicio regidos por otros instrumentos comunitarios.

Por último, en este capítulo I se definen los conceptos necesarios a efectos de la aplicación de esta Ley: «servicio», «prestador», «destinatario», «Estado miembro de establecimiento», «establecimiento», «establecimiento físico», «autorización», «requisito», «declaración responsable», «régimen de autorización», «razón imperiosa de interés general», «autoridad competente», «profesión regulada», «comunicación comercial».

Los dos siguientes capítulos abarcan la regulación de la prestación de servicios en sus dos modalidades: con establecimiento y sin establecimiento.

Así, las disposiciones del capítulo II –«Libertad de establecimiento de los prestadores de servicios»– son de aplicación a todos los casos en que un prestador quiera establecerse en España. En primer lugar, el capítulo consagra el principio de libertad de establecimiento según el cual los prestadores de servicios españoles o de cualquier otro Estado miembro o los legalmente residentes en España podrán establecerse libremente en territorio español para ejercer una actividad de servicios de acuerdo con lo establecido en esta Ley. Una vez establecidos, los prestadores de servicios podrán ejercer su actividad en todo el territorio nacional, sin perjuicio de que para la apertura de un establecimiento físico en otra parte del territorio se pueda requerir una autorización.

Los regímenes de autorización son uno de los trámites más comúnmente aplicados a los prestadores de servicios, constituyendo una restricción a la libertad de establecimiento. La Ley establece un principio general según el cual el acceso a una actividad de servicios y su ejercicio no estarán sujetos a un régimen de autorización. Únicamente podrán mantenerse regímenes de autorización previa cuando no sean discriminatorios, estén justificados por una razón imperiosa de interés general y sean proporcionados. En particular, se considerará que no está justificada una autorización cuando sea suficiente una comunicación o una declaración responsable del prestador, para facilitar, si es necesario, el control de la actividad.

Los procedimientos y trámites para la obtención de las autorizaciones deberán ser claros y darse a conocer con antelación. Se aplicará el silencio administrativo positivo a estos procedimientos salvo en los casos en los que esté debidamente justificado por una razón imperiosa de interés general.

A continuación la Ley se refiere a las limitaciones temporales y territoriales de las comunicaciones, declaraciones responsables o autorizaciones. En general, se concederán por tiempo indefinido y tendrán efecto en todo el territorio español, lo que no afectará a la posibilidad de las autoridades competentes de revocar las autorizaciones o de suspender la actividad cuando dejen de cumplirse las condiciones que dieron lugar a la obtención de la autorización. Con ello se promueve un efecto positivo para la actividad económica, por cuanto las limitaciones a la eficacia territorial de las comunicaciones, declaraciones responsables y autorizaciones, suponen una carga adicional para los prestadores que limita su movilidad geográfica y crecimiento. Sólo podrá limitarse el número de autorizaciones

cuando esté justificado por la escasez de recursos naturales o físicos o por limitaciones de las capacidades técnicas a utilizar en el desarrollo de la actividad. En estos casos habrá que seguir un procedimiento concurrencial que garantice la imparcialidad y transparencia.

Además de las condiciones anteriores, la Ley impone también obligaciones específicas en cuanto a los principios que deben cumplir los requisitos que regulen el acceso a las actividades de servicios y el ejercicio de las mismas para garantizar que éstos resulten menos gravosos y más predecibles para los prestadores de servicios y dispone que las Administraciones Públicas no podrán exigir requisitos, controles o garantías con finalidad equivalente a la de aquellos a los que ya esté sometido el prestador en otro Estado miembro.

Lo anterior se complementa con la enumeración de una serie de requisitos prohibidos, a cuyo cumplimiento por tanto no puede supeditarse en ningún caso el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio. Se trata de requisitos discriminatorios o excesivamente restrictivos que deben ser eliminados y no ser reintroducidos en el futuro.

Por último, el capítulo II recoge determinados requisitos que constituyen obstáculos graves a la libertad de establecimiento, por lo que deben ser de aplicación excepcional y sujetos a una evaluación previa que demuestre su justificación para el supuesto concreto de que se trate. La exigencia de estos requisitos sólo podrá justificarse cuando no sean discriminatorios, estén justificados por una razón imperiosa de interés general y sean proporcionados.

El capítulo III –«Libre prestación de servicios para prestadores de otro Estado miembro»– suprime los obstáculos que se oponen a la libre circulación de los servicios por parte de los prestadores sin establecimiento en territorio español.

En primer lugar, el capítulo establece el principio de libre prestación de servicios en territorio español para los prestadores establecidos en cualquier otro Estado miembro. También se enumeran determinados requisitos cuya imposición se prohíbe expresamente por sus efectos marcadamente restrictivos sobre la libre prestación de servicios. Como excepción, se establece que se pueda supeditar el acceso de estos prestadores a una actividad de servicios o su ejercicio temporal en territorio español al cumplimiento de requisitos cuando éstos no sean discriminatorios por razón de la nacionalidad o domicilio social, estén justificados por razones de orden público, de seguridad pública, de salud pública o de protección del medio ambiente y sean proporcionados.

Cabe señalar que lo anterior no será de aplicación a actividades concretas en determinados sectores regulados (postal, energético o de aguas, entre otros) en los que existen obligaciones de servicio público y en los que parece conveniente que los prestadores de servicios establecidos en otros Estados miembros de la Unión Europea (en lo sucesivo «Estados miembros») cumplan con los mismos requisitos aplicables a los establecidos en España; ni a las materias reguladas en Directivas comunitarias que contienen normas más específicas sobre la prestación transfronteriza de servicios, como la Directiva 77/249/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas, de 22 de marzo de 1977, dirigida a facilitar el ejercicio efectivo de la libre prestación de servicios por los abogados y el título II de la Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales.

Asimismo, conviene destacar que también se exceptúan las materias que abarca la Directiva 96/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 1996, sobre el desplazamiento de trabajadores efectuado en el marco de una prestación de servicios, de manera que a los trabajadores desplazados a otro Estado miembro les son de aplicación las condiciones de empleo y trabajo establecidas en el Estado miembro en cuyo territorio se realiza el trabajo. Estas condiciones se refieren, entre otras, a períodos máximos de trabajo y mínimos de descanso, cuantía del salario mínimo o a salud y seguridad en el trabajo.

El principio de libre prestación de servicios no será obstáculo para que la prestación realizada en territorio español se ajuste a lo dispuesto en la normativa española sobre protección de datos, sobre el desplazamiento de nacionales de terceros países, sobre la exigencia de intervención de un notario, o sobre los derechos de propiedad intelectual, como tales, incluidos los de autor y afines. Estas materias, si bien son específicamente enumeradas en la Directiva, no constituyen actividades de servicios, ni regulan específicamente el acceso o ejercicio de actividades de servicios, por lo que no se considera

necesaria su mención explícita en el articulado de esta Ley, al no estar incluidas en su ámbito de aplicación.

La Ley también contempla excepciones al principio de libre prestación de servicios de aplicación en casos individuales y por motivos relativos a la seguridad de los servicios.

El capítulo IV –«Simplificación administrativa»– incluye varios preceptos dirigidos a la simplificación de los procedimientos.

En concreto, las Administraciones Públicas deberán eliminar los procedimientos y trámites que no sean necesarios o sustituirlos por alternativas que resulten menos gravosas para los prestadores. De igual manera, deberán aceptar los documentos emitidos por una autoridad competente de otro Estado miembro de los que se desprenda que un requisito exigido en cuestión está cumplido, sin poder exigir la presentación de documentos originales, copias compulsadas o traducciones juradas, salvo en los casos previstos por la normativa comunitaria o justificados por motivos de orden público y seguridad. Además, todos los procedimientos y trámites podrán realizarse a distancia y por medios electrónicos, lo que reducirá la carga que los procedimientos suponen tanto para los prestadores de servicios como para las autoridades públicas.

Adicionalmente se pone en marcha un sistema de una ventanilla única a través del cual los prestadores podrán llevar a cabo en un único punto, por vía electrónica y a distancia, todos los procedimientos y trámites necesarios para el acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

El capítulo V –«Política de calidad de los servicios»– incluye las líneas de actuación en torno a las cuales las Administraciones Públicas fomentarán un alto nivel de calidad de los servicios así como las obligaciones de los prestadores, tanto respecto a la información que deben proveer como en materia de reclamaciones.

Como medida para reforzar la protección de los consumidores y la seguridad en el desempeño de las actividades de servicios, se establece la posibilidad de exigir la contratación de seguros profesionales de responsabilidad civil o garantías equivalentes para servicios que presenten riesgos concretos para la salud o la seguridad de los destinatarios o de un tercero.

Por otra parte, para favorecer el acceso a la información a los destinatarios de los servicios, se suprimen las prohibiciones totales de realizar comunicaciones comerciales en el caso de las profesiones reguladas y se exige que las limitaciones que se impongan no sean discriminatorias, estén justificadas por una razón imperiosa de interés general y sean proporcionadas.

Para finalizar, el capítulo mejora la calidad y la oferta de los servicios ofrecidos al eliminar las restricciones no justificadas en materia de actividades multidisciplinares, de modo que no se podrá obligar a los prestadores de servicios al ejercicio de una única actividad de forma exclusiva, bien sea a través de la imposición de requisitos que obliguen a ejercer de forma exclusiva una actividad específica o que restrinjan el ejercicio conjunto o en asociación de distintas actividades.

El capítulo VI –«Cooperación administrativa para el control efectivo de los prestadores»– está dirigido a facilitar una cooperación eficaz con las autoridades de los Estados miembros. Esta cooperación es muy importante en la medida en que el refuerzo de la confianza en el marco jurídico y en la supervisión de otros Estados miembros es necesaria para la eliminación de trabas a la libre prestación de servicios.

Así, este capítulo contiene obligaciones generales de cooperación, entre las que destacan: la cooperación debe realizarse de manera directa entre autoridades competentes; la configuración de la estructura del sistema de cooperación; y la capacidad de consulta de las autoridades competentes de otros Estados miembros a los registros en los que están inscritos prestadores de servicios.

Para que la cooperación entre las autoridades competentes de los Estados miembros sea efectiva, es necesario que los prestadores faciliten a sus autoridades toda la información necesaria para la supervisión del cumplimiento de la normativa nacional, para lo cual la Ley incluye una serie de obligaciones de información de los prestadores.

Con el fin de garantizar una supervisión eficaz y una protección adecuada de los destinatarios de los servicios, la Ley incluye un mecanismo de alerta mediante el cual si las autoridades competentes tienen conocimiento de actos o circunstancias de carácter grave

relativos a una actividad o a un prestador de servicios que puedan ocasionar perjuicios graves, informarán inmediatamente a todos los Estados miembros y a la Comisión Europea.

El capítulo se cierra con la obligación de las autoridades competentes españolas, a solicitud motivada de las autoridades competentes de otros Estados miembros, de comunicar las medidas disciplinarias y sanciones administrativas firmes en vía administrativa que se hayan adoptado por cualquier autoridad competente española, incluidos los colegios profesionales, respecto al prestador y que guarden relación directa con su actividad comercial o profesional, respetando las normas sobre protección de datos personales. También se comunicarán las condenas penales y declaraciones de concurso culpable que se hayan dictado respecto al prestador y que guarden relación directa con su actividad comercial o profesional.

La Disposición adicional primera establece un sistema electrónico de intercambio de información entre las Administraciones Públicas que garantiza el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley. La Disposición adicional segunda permite ampliar el alcance futuro de la ventanilla única. Mediante la Disposición adicional tercera se establece el Comité para la mejora de la regulación de las actividades de servicios como órgano de cooperación multilateral destinado a facilitar la coordinación y el seguimiento de las actividades que lleven a cabo las Administraciones Públicas en el proceso de transposición. La Disposición adicional cuarta se refiere al sistema de notificación a la Comisión Europea de proyectos de normas que puedan estar afectados por la Directiva. La Disposición adicional quinta contiene el régimen de infracciones y sanciones aplicable al incumplimiento de las obligaciones de información de los prestadores de servicios y la Disposición adicional sexta aclara las referencias al IVA en la Comunidad Autónoma de Canarias y en las Ciudades de Ceuta y Melilla.

La Disposición transitoria aclara el régimen aplicable a los procedimientos de autorización iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley. La Disposición derogatoria deja sin vigor cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a la misma y especifica la vigencia de las disposiciones vigentes incompatibles con los capítulos II y III, el artículo 17.1 del capítulo IV y los artículos 24 y 25 del capítulo V.

Tal y como expresa la Disposición final primera, esta Ley tiene carácter básico y se dicta al amparo de lo establecido en el artículo 149.1.1ª, 13.ª y 18.ª de la Constitución Española. Según se expresa en la Disposición final segunda, mediante esta Ley se incorpora parcialmente al Derecho español la Directiva. La Disposición final tercera contiene las habilitaciones necesarias para el desarrollo y aplicación de la Ley. Por otro lado, la Disposición final cuarta establece que las Administraciones Públicas competentes que incumplan lo dispuesto en esta Ley, dando lugar a que el Reino de España sea sancionado por las instituciones europeas, asumirán, en la parte que les sea imputable, las responsabilidades que de tal incumplimiento se hubieren derivado.

Asimismo, la Disposición final quinta detalla el procedimiento de adaptación de la normativa vigente para la Administración General del Estado y especifica la forma de comunicación del resto de las Administraciones y autoridades públicas a fin de informar a la Comisión Europea sobre las disposiciones que incorporan al Derecho interno la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

Por último, en virtud de la Disposición final sexta, la Ley entrará en vigor en el plazo de treinta días a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Estado, excepto lo previsto en materia de ventanilla única y cooperación administrativa que entrará en vigor el 27 de diciembre de 2009.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Esta Ley tiene por objeto establecer las disposiciones generales necesarias para facilitar la libertad de establecimiento de los prestadores y la libre prestación de servicios, simplificando los procedimientos y fomentando, al mismo tiempo, un nivel elevado de calidad

en los servicios, así como evitar la introducción de restricciones al funcionamiento de los mercados de servicios que, de acuerdo con lo establecido en esta Ley, no resulten justificadas o proporcionadas.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. Esta Ley se aplica a los servicios que se realizan a cambio de una contraprestación económica y que son ofrecidos o prestados en territorio español por prestadores establecidos en España o en cualquier otro Estado miembro.

2. Quedan exceptuados del ámbito de aplicación de esta Ley:

a) Los servicios no económicos de interés general.

b) Los servicios financieros.

c) Los servicios y redes de comunicaciones electrónicas, así como los recursos y servicios asociados en lo que se refiere a las materias que se rigen por la legislación sobre comunicaciones electrónicas.

d) Los servicios en el ámbito del transporte, incluidos los transportes urbanos, y de la navegación marítima y aérea, incluidos los servicios portuarios y aeroportuarios necesarios para llevar a cabo la actividad de transporte, exceptuando la actividad de las plataformas logísticas de las empresas y de las actividades necesarias para su funcionamiento.

e) Los servicios de las empresas de trabajo temporal.

f) Los servicios sanitarios, incluidos los servicios farmacéuticos, realizados o no en establecimientos sanitarios e independientemente de su modo de organización y de financiación a escala estatal y de su carácter público o privado, prestados por profesionales de la salud a sus pacientes, con objeto de evaluar, mantener o restaurar su estado de salud, cuando estas actividades estén reservadas a profesiones sanitarias reguladas.

g) Los servicios audiovisuales, incluidos los servicios cinematográficos, independientemente de su modo de producción, distribución y transmisión y la radiodifusión, exceptuando las actividades de comercio al por menor de los productos audiovisuales.

h) Las actividades de juego, incluidas las loterías, que impliquen apuestas de valor monetario.

i) Las actividades que supongan el ejercicio de la autoridad pública, en particular las de los notarios, registradores de la propiedad y mercantiles.

j) Los servicios sociales relativos a la vivienda social, la atención a la infancia y el apoyo a familias y personas temporal o permanentemente necesitadas provistos directamente por las Administraciones Públicas o por prestadores privados en la medida en que dichos servicios se presten en virtud de acuerdo, concierto o convenio con la referida Administración.

k) Los servicios de seguridad privada.

3. Esta Ley no se aplicará al ámbito tributario.

4. En caso de conflicto entre las disposiciones de esta Ley y otras disposiciones que regulen el acceso a una determinada actividad de servicios o su ejercicio en aplicación de normativa comunitaria, prevalecerán estas últimas en aquellos aspectos expresamente previstos en la normativa comunitaria de la que traigan causa.

Artículo 3. *Definiciones.*

A los efectos de esta Ley se entenderá por:

1. «Servicio»: cualquier actividad económica por cuenta propia, prestada normalmente a cambio de una remuneración, contemplada en el artículo 50 del Tratado de la Comunidad Europea.

2. «Prestador»: cualquier persona física con la nacionalidad de cualquier Estado miembro, o residente legal en España, o cualquier persona jurídica o entidad constituida de conformidad con la legislación de un Estado miembro, cuya sede social o centro de actividad principal se encuentre dentro de la Unión Europea, que ofrezca o preste un servicio.

3. «Destinatario»: cualquier persona física o jurídica, que utilice o desee utilizar un servicio.

4. «Estado miembro de establecimiento»: el Estado miembro en cuyo territorio tenga su establecimiento el prestador del servicio.

5. «Establecimiento»: el acceso a una actividad económica no asalariada y su ejercicio, así como la constitución y gestión de empresas y especialmente de sociedades, en las condiciones fijadas por la legislación, por una duración indeterminada, en particular por medio de una infraestructura estable.

6. «Establecimiento físico»: cualquier infraestructura estable a partir de la cual se lleva a cabo efectivamente una prestación de servicios.

7. «Autorización»: cualquier acto expreso o tácito de la autoridad competente que se exija, con carácter previo, para el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio.

8. «Requisito»: cualquier obligación, prohibición, condición o límite al acceso al ejercicio de una actividad de servicios previstos en el ordenamiento jurídico o derivados de la jurisprudencia o de las prácticas administrativas o establecidos en las normas de los colegios profesionales.

9. «Declaración responsable»: el documento suscrito por la persona titular de una actividad empresarial o profesional en el que declara, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente, que dispone de la documentación que así lo acredita y que se compromete a mantener su cumplimiento durante la vigencia de la actividad.

10. «Régimen de autorización»: cualquier sistema previsto en el ordenamiento jurídico o en las normas de los colegios profesionales que contenga el procedimiento, los requisitos y autorizaciones necesarios para el acceso o ejercicio de una actividad de servicios.

11. «Razón imperiosa de interés general»: razón definida e interpretada la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, limitadas las siguientes: el orden público, la seguridad pública, la protección civil, la salud pública, la preservación del equilibrio financiero del régimen de seguridad social, la protección de los derechos, la seguridad y la salud de los consumidores, de los destinatarios de servicios y de los trabajadores, las exigencias de la buena fe en las transacciones comerciales, la lucha contra el fraude, la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la sanidad animal, la propiedad intelectual e industrial, la conservación del patrimonio histórico y artístico nacional y los objetivos de la política social y cultural.

12. «Autoridad competente»: cualquier organismo o entidad que lleve a cabo la regulación, ordenación o control de las actividades de servicios, o cuya actuación afecte al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio, y, en particular, las autoridades administrativas estatales, autonómicas o locales y los colegios profesionales y, en su caso, consejos generales y autonómicos de colegios profesionales.

13. «Profesión regulada»: la actividad o conjunto de actividades profesionales, cuyo acceso, ejercicio o una de las modalidades de ejercicio estén subordinados de manera directa o indirecta, en virtud de disposiciones legales o reglamentarias, a la posesión de determinadas cualificaciones profesionales.

14. «Comunicación comercial»: cualquier forma de comunicación destinada a promocionar, directa o indirectamente, bienes, servicios o la imagen de una empresa, organización o persona con una actividad comercial, industrial o artesanal o que ejerza una profesión regulada. No se consideran comunicaciones comerciales:

a) Los datos que permiten acceder directamente a la actividad de dicha empresa, organización o persona y, concretamente, el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico.

b) La información relativa a los bienes, servicios o a la imagen de dicha empresa, organización o persona, elaborada de forma independiente, especialmente cuando se facilitan sin contrapartida económica.

CAPÍTULO II

Libertad de establecimiento de los prestadores de servicios

Artículo 4. *Libertad de establecimiento.*

1. Los prestadores podrán establecerse libremente en territorio español para ejercer una actividad de servicios, sin más limitaciones que las establecidas de acuerdo con lo previsto en esta Ley.
2. Cualquier prestador establecido en España que ejerza legalmente una actividad de servicios podrá ejercerla en todo el territorio nacional.
3. En el caso de regímenes de autorización previstos en la normativa comunitaria, lo dispuesto en este capítulo no se aplicará a aquellos aspectos expresamente recogidos en la misma.

Artículo 5. *Regímenes de autorización.*

La normativa reguladora del acceso a una actividad de servicios o del ejercicio de la misma no podrá imponer a los prestadores un régimen de autorización, salvo excepcionalmente y siempre que concurran las siguientes condiciones, que habrán de motivarse suficientemente en la ley que establezca dicho régimen.

a) No discriminación: que el régimen de autorización no resulte discriminatorio ni directa ni indirectamente en función de la nacionalidad o de que el establecimiento se encuentre o no en el territorio de la autoridad competente o, por lo que se refiere a sociedades, por razón del lugar de ubicación del domicilio social;
b) Necesidad: que el régimen de autorización esté justificado por razones de orden público, seguridad pública, salud pública, protección del medio ambiente, o cuando la escasez de recursos naturales o la existencia de inequívocos impedimentos técnicos limiten el número de operadores económicos del mercado.
c) Proporcionalidad: que dicho régimen sea el instrumento más adecuado para garantizar la consecución del objetivo que se persigue porque no existen otras medidas menos restrictivas que permitan obtener el mismo resultado, en particular cuando un control a posteriori se produjese demasiado tarde para ser realmente eficaz. Así, en ningún caso, el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio se sujetarán a un régimen de autorización cuando sea suficiente una comunicación o una declaración responsable del prestador mediante la que se manifieste, en su caso, el cumplimiento de los requisitos exigidos y se facilite la información necesaria a la autoridad competente para el control de la actividad.

Artículo 6. *Procedimientos de autorización.*

Los procedimientos y trámites para la obtención de las autorizaciones a que se refiere esta Ley deberán tener carácter reglado, ser claros e inequívocos, objetivos e imparciales, transparentes, proporcionados al objetivo de interés general y darse a conocer con antelación. En todo caso, deberán respetar las disposiciones recogidas en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, así como garantizar la aplicación general del silencio administrativo positivo y que los supuestos de silencio administrativo negativo constituyan excepciones previstas en una norma con rango de ley justificadas por razones imperiosas de interés general.

Artículo 7. *Limitaciones temporales y territoriales.*

1. Con carácter general la realización de una comunicación o una declaración responsable o el otorgamiento de una autorización permitirá acceder a una actividad de servicios y ejercerla por tiempo indefinido. Sólo se podrá limitar la duración cuando:

a) La declaración responsable o la autorización se renueve automáticamente o sólo esté sujeta al cumplimiento continuo de los requisitos;
b) el número de autorizaciones disponibles sea limitado de acuerdo con el siguiente artículo o;

c) pueda justificarse la limitación de la duración de la autorización o de los efectos de la comunicación o la declaración responsable por la existencia de una razón imperiosa de interés general.

A los efectos previstos en este apartado, no tiene la consideración de limitación temporal el plazo máximo que se pueda imponer al prestador para iniciar su actividad a contar desde el otorgamiento de la autorización o desde la realización de la comunicación o la declaración responsable.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no afectará a la posibilidad de las autoridades competentes de revocar la autorización, en especial cuando dejen de cumplirse las condiciones para la concesión de la autorización.

Asimismo, cuando el acceso a la actividad o su ejercicio esté condicionado a la realización de una comunicación o de una declaración responsable por parte del prestador, la comprobación por parte de la administración pública de la inexactitud o falsedad en cualquier dato, manifestación o documento, de carácter esencial, que se hubiere aportado o del incumplimiento de los requisitos señalados en la legislación vigente determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho o actividad desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar.

3. La realización de una comunicación o una declaración responsable o el otorgamiento de una autorización permitirá al prestador acceder a la actividad de servicios y ejercerla en la totalidad del territorio español, incluso mediante el establecimiento de sucursales.

Los medios de intervención que se apliquen a los establecimientos físicos respetarán las siguientes condiciones:

a) Podrá exigirse una autorización para cada establecimiento físico cuando sea susceptible de generar daños sobre el medio ambiente y el entorno urbano, la seguridad o la salud pública y el patrimonio histórico-artístico, evaluándose este riesgo de acuerdo con las características de las instalaciones.

b) Podrá exigirse una declaración responsable para cada establecimiento físico cuando en la normativa se exija el cumplimiento de requisitos justificados por una razón imperiosa de interés general.

c) Podrá exigirse una comunicación cuando, por razones imperiosas de interés general, éstas deban mantener un control sobre el número o características de las instalaciones o de infraestructuras físicas en el mercado.

El medio de intervención deberá resultar proporcionado y no discriminatorio. Cuando el prestador de servicios ya esté establecido en España y ejerza legalmente la actividad, estas autorizaciones o declaraciones responsables no podrán contemplar requisitos que no estén ligados específicamente al establecimiento físico a partir del cual pretende llevar a cabo dicha actividad.

Artículo 8. *Limitación del número de autorizaciones.*

1. Sólo podrá limitarse el número de autorizaciones cuando esté justificado por la escasez de recursos naturales o inequívocos impedimentos técnicos.

2. Cuando el número de autorizaciones para realizar una determinada actividad de servicios esté limitado:

a) El procedimiento de concesión por las Administraciones Públicas garantizará el cumplimiento de los principios de publicidad, objetividad, imparcialidad, transparencia y concurrencia competitiva. En dicho procedimiento, las Administraciones Públicas podrán tener en cuenta consideraciones en materia de salud pública, objetivos de política social, de salud y seguridad de los trabajadores por cuenta ajena y por cuenta propia, de protección del medio ambiente, de conservación del patrimonio cultural y cualquier otra razón imperiosa de interés general, siempre que estos criterios estén contemplados en las bases reguladoras de la concesión de las autorizaciones y guarden relación con el objeto de la concesión.

b) La autorización que se conceda tendrá una duración limitada y proporcionada atendiendo a las características de la prestación del servicio y no dará lugar a un procedimiento de renovación automática ni conllevará, una vez extinguida la autorización,

ningún tipo de ventaja para el prestador cesante o para personas especialmente vinculadas con él.

Artículo 9. *Principios aplicables a los requisitos exigidos.*

1. Las Administraciones Públicas no podrán exigir requisitos, controles previos o garantías equivalentes o comparables, por su finalidad a aquellos a los que ya esté sometido el prestador en España o en otro Estado miembro.

2. Todos los requisitos que supediten el acceso a una actividad de servicios o su ejercicio deberán ajustarse a los siguientes criterios:

a) No ser discriminatorios.
b) Estar justificados por una razón imperiosa de interés general.
c) Ser proporcionados a dicha razón imperiosa de interés general.
d) Ser claros e inequívocos.
e) Ser objetivos.
f) Ser hechos públicos con antelación.
g) Ser transparentes y accesibles.

3. El acceso a una actividad de servicio o su ejercicio se regirá por el principio de igualdad de trato y no discriminación.

Artículo 10. *Requisitos prohibidos.*

En ningún caso se supeditará el acceso a una actividad de servicios en España o su ejercicio al cumplimiento de lo siguiente:

a) Requisitos discriminatorios basados directa o indirectamente en la nacionalidad, incluido que el establecimiento se encuentre o no en el territorio de la autoridad competente, o el domicilio social; y en particular: requisito de nacionalidad o de residencia para el prestador, su personal, los partícipes en el capital social o los miembros de los órganos de gestión y supervisión.

b) Prohibición de estar establecido en varios Estados miembros o de estar inscrito en los registros o colegios o asociaciones profesionales de varios Estados miembros.

c) Limitaciones de la libertad del prestador para elegir entre un establecimiento principal o secundario y, especialmente, la obligación de que el prestador tenga su establecimiento principal en el territorio español, o limitaciones de la libertad de elección entre establecimiento en forma de sucursal o de filial.

d) Condiciones de reciprocidad con otro Estado miembro en el que el prestador tenga ya su establecimiento, con excepción de las previstas en los instrumentos comunitarios en materia de energía.

e) Requisitos de naturaleza económica que supediten la concesión de la autorización a la prueba de la existencia de una necesidad económica o de una demanda en el mercado, a que se evalúen los efectos económicos, posibles o reales, de la actividad o a que se haga una apreciación de si la actividad se ajusta a los objetivos de programación económica fijados por la autoridad competente o a que se comercialicen productos o servicios de un tipo o procedencia determinada. Las razones imperiosas de interés general que se invoquen no podrán encubrir requisitos de planificación económica.

f) Intervención directa o indirecta de competidores, incluso dentro de órganos consultivos, en la concesión de autorizaciones o en la adopción de otras decisiones de las autoridades competentes relativas al establecimiento para el ejercicio de una actividad de servicios, sin perjuicio de la actuación de colegios profesionales y consejos generales y autonómicos de colegios profesionales, como autoridades competentes, en el ámbito de las competencias que les otorga la ley. Esta prohibición se extiende a organismos como las cámaras de comercio y a los interlocutores sociales en lo que concierne al otorgamiento de autorizaciones individuales, pero esa prohibición no afectará a la consulta de organismos como las cámaras de comercio o de los interlocutores sociales sobre asuntos distintos a las solicitudes de autorización individuales, ni a una consulta del público en general.

g) Obligación de que la constitución de garantías financieras o la suscripción de un seguro deban realizarse con un prestador u organismo establecido en el territorio español.

h) Obligación de haber estado inscrito con carácter previo durante un período determinado en los registros de prestadores existentes en el territorio español o de haber ejercido previamente la actividad durante un período determinado en dicho territorio.

Artículo 11. *Requisitos de aplicación excepcional sujetos a evaluación previa.*

1. La normativa reguladora del acceso a una actividad de servicios o de su ejercicio no deberá supeditar dicho acceso o ejercicio a:

a) Restricciones cuantitativas o territoriales y, concretamente, límites fijados en función de la población o de una distancia mínima entre prestadores. Los fines económicos, como el de garantizar la viabilidad económica de determinados prestadores, no podrán invocarse como justificación de restricciones cuantitativas o territoriales.

b) Requisitos que obliguen al prestador a constituirse adoptando una determinada forma jurídica; así como la obligación de constituirse como entidad sin ánimo de lucro.

c) Requisitos relativos a la participación en el capital de una sociedad, en concreto la obligación de disponer de un capital mínimo para determinadas actividades o tener una cualificación específica para poseer el capital social o gestionar determinadas sociedades.

d) Requisitos distintos de los exigidos para el acceso a las profesiones reguladas, contemplados en la Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales, que reserven el acceso a una actividad de servicios a una serie de prestadores concretos debido a la índole específica de la actividad.

e) La prohibición de disponer de varios establecimientos en el territorio español.

f) Requisitos relativos a la composición de la plantilla, tales como tener un número determinado de empleados; ya sea en el total de la plantilla o en categorías concretas, o a la obligación de contratar con una procedencia o modalidad determinada.

g) Restricciones a la libertad de precios, tales como tarifas mínimas o máximas, o limitaciones a los descuentos.

h) La obligación del prestador de realizar, junto con su servicio, otros servicios específicos o de ofrecer una determinada gama o surtido de productos.

2. No obstante, excepcionalmente se podrá supeditar el acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio al cumplimiento de alguno de los requisitos del apartado anterior cuando no sean discriminatorios, estén justificados por una razón imperiosa de interés general y sean proporcionados.

En todo caso, la concurrencia de estas condiciones deberá ser notificada a la Comisión Europea según lo dispuesto en la disposición adicional cuarta y deberá estar suficientemente motivada en la normativa que establezca tales requisitos.

CAPITULO III

Libre prestación de servicios para prestadores de otro Estado miembro

Artículo 12. *Libre prestación de servicios.*

1. Los prestadores establecidos en cualquier otro Estado miembro podrán prestar servicios en territorio español en régimen de libre prestación sin más limitaciones que las establecidas de acuerdo con lo previsto en esta Ley.

2. En ningún caso, el ejercicio de una actividad de servicios por estos prestadores en territorio español podrá ser restringido mediante:

a) La obligación de que el prestador esté establecido en el territorio español.

b) La obligación de que el prestador obtenga una autorización concedida por autoridades españolas, o deba inscribirse en un registro o en un colegio o asociación profesional españoles.

c) La prohibición de que el prestador se procure en el territorio nacional cierta forma o tipo de infraestructura, incluida una oficina o un gabinete, necesaria para llevar a cabo las correspondientes prestaciones.

d) Exigencias que impidan o limiten la prestación de servicios como trabajador autónomo.

e) La obligación de que el prestador obtenga de las autoridades españolas un documento de identificación específico.

f) La exigencia de requisitos sobre el uso de determinados equipos y material que formen parte integrante de la prestación del servicio, salvo por motivos de salud y seguridad en el trabajo.

g) Las restricciones contempladas en el artículo 16 de esta Ley.

3. Excepcionalmente, podrá supeditarse el acceso de estos prestadores a una actividad de servicios o su ejercicio temporal en territorio español al cumplimiento de los requisitos que en cada caso determine la legislación sectorial aplicable, únicamente cuando estén justificados por razones de orden público, de seguridad pública, de salud pública o de protección del medio ambiente; y sean, de conformidad con el artículo 5 de esta Ley, proporcionados y no discriminatorios y de forma suficientemente motivada.

La concurrencia de estas condiciones deberá ser notificada a la Comisión Europea según lo dispuesto en la Disposición adicional cuarta y deberá estar suficientemente motivada en la normativa que establezca tales requisitos.

Artículo 13. *Excepciones a la libre prestación de servicios.*

1. Lo dispuesto en el artículo anterior no será de aplicación a los siguientes servicios:

a) Los servicios de recogida, clasificación, transporte y distribución de los envíos postales en el ámbito del Servicio Postal.

b) La generación, el transporte, la distribución y el suministro de electricidad.

c) El transporte, la distribución, el suministro, el almacenamiento, la regasificación y el aprovisionamiento de gas natural.

d) Los servicios de distribución y suministro de agua, y los servicios de aguas residuales.

e) El tratamiento de residuos y la vigilancia y control de su traslado.

2. Tampoco se aplicará la prohibición de establecer restricciones a la libre prestación de servicios a las siguientes materias y actividades, exclusivamente en aquellos aspectos expresamente previstos por su normativa específica:

a) Las materias que abarca la Directiva 96/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 1996, sobre el desplazamiento de trabajadores efectuado en el marco de una prestación de servicios.

b) La libre prestación de servicios de los abogados, de acuerdo con la Directiva 77/249/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas, de 22 de marzo de 1977, encaminada a facilitar el ejercicio efectivo de la libre prestación de servicios de los abogados.

c) Las materias a que se refiere el Título II de la Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales, incluidos los requisitos de los Estados miembros en que se presta el servicio por los que se reserva una actividad a una determinada profesión.

d) Los asuntos cubiertos por la Directiva 2006/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo de 2006, relativa a la auditoría legal de las cuentas anuales y de las cuentas consolidadas.

Artículo 14. *Medidas excepcionales por motivos de seguridad de los servicios.*

1. En casos excepcionales, y únicamente por motivos de seguridad de los servicios, las autoridades competentes podrán adoptar, para prestadores concretos, medidas restrictivas de la libertad de prestación de los servicios, mediante resolución suficientemente motivada.

2. Dichas medidas excepcionales únicamente podrán adoptarse cuando concurran, conjuntamente, las siguientes condiciones:

a) Que la norma en virtud de la que se adopta la medida no haya sido objeto de armonización comunitaria en el ámbito de seguridad de los servicios.

b) Que la medida ofrezca al destinatario del servicio una protección mayor que la adoptada por el Estado miembro de establecimiento, o que éste no haya adoptado ninguna o sea insuficiente.

c) Que la medida sea proporcionada.

Artículo 15. *Procedimiento aplicable para la adopción de medidas excepcionales por motivos de seguridad de los servicios.*

1. Antes de adoptar alguna de las medidas previstas en el artículo anterior, las autoridades competentes solicitarán a las autoridades del Estado miembro de establecimiento, a través del punto de contacto previsto en el artículo 27.2 de esta Ley, que adopte medidas respecto al prestador de que se trate y facilitarán todos los datos pertinentes sobre el servicio en cuestión y sobre las circunstancias del caso.

2. Una vez que las autoridades del Estado miembro de establecimiento hayan comunicado las medidas que vayan a adoptar, hayan adoptado o por qué motivos no han tomado medida alguna, las autoridades competentes notificarán, en su caso, a través del punto de contacto, a la Comisión Europea y a las autoridades del Estado miembro de establecimiento su intención de adoptar medidas indicando:

a) Los motivos por los que considera que las medidas adoptadas o previstas por el Estado miembro de establecimiento son insuficientes.

b) Los motivos por los que considera que las medidas que prevé adoptar cumplen las condiciones previstas en el artículo 14 de esta Ley.

3. Las medidas únicamente se podrán adoptar una vez transcurridos quince días hábiles a partir de la notificación prevista en el apartado anterior.

4. En los casos en que por motivos de urgencia no pueda aplicarse el procedimiento establecido en los apartados anteriores, las autoridades competentes notificarán inmediatamente a través del punto de contacto las medidas adoptadas a la Comisión Europea y al Estado miembro de establecimiento, indicando los motivos de la urgencia.

5. Las solicitudes de medidas restrictivas por motivos de seguridad requeridas por otros Estados miembros a autoridades competentes españolas se realizarán a través del punto de contacto.

Artículo 16. *Restricciones y discriminaciones prohibidas.*

1. No podrán imponerse a los destinatarios de los servicios requisitos que restrinjan la utilización de los servicios ofrecidos por un prestador establecido en otro Estado miembro.

2. En particular, no podrán imponerse al destinatario de los servicios requisitos que impliquen:

a) La obligación de obtener una autorización o de hacer una declaración ante las autoridades españolas.

b) Limitaciones discriminatorias en las posibilidades de concesión de ayudas o ventajas económicas en función del lugar de establecimiento del prestador o del lugar de ejecución de la prestación.

3. Los prestadores de servicios no podrán imponer a los destinatarios requisitos ni condiciones generales de acceso a los servicios que sean discriminatorios por razón de su nacionalidad o lugar de residencia, sin que ello menoscabe la posibilidad de establecer diferencias en las condiciones de acceso directamente justificadas por criterios objetivos.

CAPITULO IV

Simplificación administrativa

Artículo 17. *Simplificación de procedimientos.*

1. Las Administraciones Públicas revisarán los procedimientos y trámites aplicables al establecimiento y la prestación de servicios con el objeto de impulsar su simplificación.

2. Asimismo, a los efectos de acreditar el cumplimiento de los requisitos exigidos para el acceso a una actividad de servicios y su ejercicio, las autoridades competentes aceptarán

los documentos procedentes de otro Estado miembro de los que se desprenda que se cumplen tales requisitos.

3. En el caso de documentos emitidos por una autoridad competente ya sea en España o en otro Estado miembro, no se exigirá la presentación de documentos originales o copias compulsadas ni traducciones juradas, salvo en los casos previstos por la normativa comunitaria, o justificados por motivos de orden público y de seguridad pública. No obstante, la autoridad competente podrá recabar de otra autoridad competente la confirmación de la autenticidad del documento aportado.

4. Todos los procedimientos y trámites que supeditan el acceso a una actividad de servicios y su ejercicio se podrán realizar electrónicamente y a distancia salvo que se trate de la inspección del lugar o del equipo que se utiliza en la prestación del servicio.

Artículo 18. *Ventanilla única.*

1. Los prestadores de servicios podrán acceder, electrónicamente y a distancia a través de una ventanilla única, tanto a la información sobre los procedimientos necesarios para el acceso a una actividad de servicios y su ejercicio, como a la realización de los trámites preceptivos para ello, incluyendo las declaraciones, notificaciones o solicitudes necesarias para obtener una autorización, así como las solicitudes de inscripción en registros, listas oficiales, asociaciones, colegios profesionales y consejos generales y autonómicos de colegios profesionales.

2. Las Administraciones Públicas garantizarán que los prestadores de servicios puedan, a través de la ventanilla única:

a) Obtener toda la información y formularios necesarios para el acceso a su actividad y su ejercicio.

b) Presentar toda la documentación y solicitudes necesarias.

c) Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en que tengan la condición de interesado y recibir la correspondiente notificación de los actos de trámite preceptivos y la resolución de los mismos por el órgano administrativo competente.

3. Asimismo, las Administraciones Públicas adoptarán las medidas necesarias e incorporarán en sus respectivos ámbitos las tecnologías precisas para garantizar la interoperabilidad de los distintos sistemas.

Artículo 19. *Garantías de información a través de la ventanilla única.*

1. Los prestadores y los destinatarios tienen el derecho a obtener, a través de la ventanilla única y por medios electrónicos, la siguiente información, que deberá ser clara e inequívoca:

a) Los requisitos aplicables a los prestadores establecidos en territorio español, en especial los relativos a los trámites necesarios para acceder a las actividades de servicios y su ejercicio, así como los datos de las autoridades competentes que permitan ponerse en contacto directamente con ellas.

b) Los medios y condiciones de acceso a los registros y bases de datos públicos relativos a los prestadores y a los servicios.

c) Las vías de reclamación y los recursos que podrán interponerse en caso de litigio entre las autoridades competentes y el prestador o el destinatario, o entre un prestador y un destinatario, o entre prestadores.

d) Los datos de las asociaciones sectoriales de prestadores de servicios y las organizaciones de consumidores que presten asistencia a los prestadores y destinatarios de los servicios.

2. Las Administraciones Públicas adoptarán medidas para que en la ventanilla única pueda accederse a la información contemplada en este artículo en castellano, en las lenguas cooficiales del Estado y en alguna otra lengua de trabajo comunitaria.

3. Asimismo, se facilitará que los prestadores y los destinatarios puedan obtener por medios electrónicos y a distancia, en particular a través de las ventanillas únicas de otros Estados miembros, el acceso a:

a) Información general sobre los requisitos aplicables en los demás Estados miembros al acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, y en especial, la información relacionada con la protección de los consumidores.

b) Información general sobre las vías de recurso disponibles en caso de litigio entre el prestador y el destinatario en otros Estados miembros.

c) Datos de las asociaciones u organizaciones de otros Estados miembros, incluidos los centros de la Red de centros europeos de los consumidores, que pueden ofrecer a los prestadores o destinatarios asistencia práctica.

4. El derecho a la información contenido en este artículo no exige a las autoridades competentes que faciliten asesoramiento jurídico en casos particulares.

CAPITULO V

Política de calidad de los servicios

Artículo 20. *Fomento de la calidad de los servicios.*

Las Administraciones Públicas y demás autoridades competentes fomentarán un elevado nivel de la calidad de los servicios. En particular:

a) Impulsarán que los prestadores aseguren de forma voluntaria la calidad de sus servicios por medio, entre otros, de los siguientes instrumentos:

i) La evaluación o certificación de sus actividades por parte de organismos independientes.

ii) La elaboración de su propia carta de calidad o la participación en cartas o etiquetas de calidad elaboradas por organizaciones empresariales o profesionales a nivel comunitario.

Asimismo, favorecerán la difusión de la información relativa a dichos instrumentos.

b) Fomentarán el desarrollo de la evaluación independiente de la calidad de los servicios, especialmente por las organizaciones de consumidores y para ello promoverán la cooperación a nivel comunitario de las organizaciones de consumidores con las cámaras de comercio, los colegios profesionales y, en su caso, los consejos generales y autonómicos de colegios profesionales.

c) Promoverán la participación de colegios profesionales y, en su caso, los consejos generales y autonómicos de colegios, organizaciones profesionales y de las cámaras de comercio en la elaboración a escala comunitaria de códigos de conducta destinados a facilitar la libre prestación de servicios o el establecimiento de un prestador de otro Estado miembro, respetando en cualquier caso las normas de defensa de la competencia.

d) Impulsando inspecciones administrativas y controles periódicos, así como el diseño y reforzamiento de planes de inspección.

Artículo 21. *Seguros y garantías de responsabilidad profesional.*

1. Se podrá exigir a los prestadores de servicios, en norma con rango de ley, la suscripción de un seguro de responsabilidad civil profesional u otra garantía equivalente que cubra los daños que puedan provocar en la prestación del servicio en aquellos casos en que los servicios que presten presenten un riesgo directo y concreto para la salud o para la seguridad del destinatario o de un tercero, o para la seguridad financiera del destinatario.

La garantía exigida deberá ser proporcionada a la naturaleza y alcance del riesgo cubierto.

2. Cuando un prestador que se establezca en España ya esté cubierto por un seguro de responsabilidad civil profesional u otra garantía equivalente o comparable en lo esencial en cuanto a su finalidad y a la cobertura que ofrezca en términos de riesgo asegurado, suma asegurada o límite de la garantía en otro Estado miembro en el que ya esté establecido, se considerará cumplida la exigencia a la que se refiere el apartado anterior. Si la equivalencia con los requisitos es sólo parcial, podrá exigirse la ampliación del seguro u otra garantía hasta completar las condiciones que se hayan establecido en la norma que lo regula.

3. En el caso de seguros u otras garantías suscritas con entidades aseguradoras y entidades de crédito autorizadas en otro Estado miembro, se aceptarán a efectos de acreditación los certificados emitidos por éstas.

Artículo 22. *Obligaciones de información de los prestadores.*

1. Sin perjuicio de las obligaciones de información establecidas en la legislación de protección de los consumidores y usuarios que resulte de aplicación, los prestadores de servicios, con la debida antelación, pondrán a disposición de los destinatarios toda la información exigida en el presente artículo de forma clara e inequívoca, antes de la celebración del contrato, o en su caso, antes de la prestación del servicio.

2. Los prestadores proporcionarán al destinatario, de forma fácilmente accesible, la información siguiente:

a) Los datos de identidad, forma y régimen jurídico, número de identificación fiscal del prestador, dirección donde tiene su establecimiento, y los datos que permitan ponerse rápidamente en contacto con él y en su caso, por vía electrónica.

b) Datos registrales del prestador del servicio.

c) Los datos de la autoridad que, en su caso, haya otorgado la autorización.

d) En las profesiones reguladas, la cualificación profesional y el Estado miembro en el que fue otorgada, así como, en su caso, el colegio profesional, la asociación profesional u organismo análogo en el que esté inscrito el prestador.

e) Las condiciones y cláusulas generales, y las relativas a la legislación y jurisdicción aplicable al contrato.

f) Garantías posventa adicionales a las exigidas por ley, en su caso.

g) El precio completo del servicio, incluidos los impuestos, cuando el prestador fije previamente un precio para un determinado tipo de servicio.

h) Las principales características del servicio o servicios que ofrezca.

i) En su caso, el seguro o garantías exigidas, y en particular, los datos del asegurador y de la cobertura geográfica del seguro.

j) En caso de que el prestador ejerza una actividad sujeta al IVA, el número de identificación fiscal.

k) Lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

l) Existencia del derecho de desistimiento del contrato que pueda corresponder al consumidor, el plazo y la forma de ejercitarlo.

3. A petición del destinatario, los prestadores pondrán a disposición de aquél la siguiente información complementaria:

a) Cuando el precio no lo fije previamente el prestador, el precio del servicio o, si no se puede indicar aquél, el método para calcularlo; o un presupuesto suficientemente detallado.

b) Fecha de entrega, ejecución del contrato y duración.

c) En el caso de las profesiones reguladas: referencia a las normas de acceso a la profesión en el Estado miembro de establecimiento y los medios para acceder a dichas normas.

d) La información relativa a sus actividades multidisciplinares, posibles conflictos de interés y las medidas adoptadas para evitarlos. Esta información deberá figurar en todo documento informativo de los prestadores en el que se presenten de forma detallada sus servicios.

e) Los posibles códigos de conducta a que, en su caso, esté sometido el prestador, así como la dirección en que dichos códigos se pueden consultar por vía electrónica y en qué idiomas están disponibles.

f) Información detallada sobre las características y condiciones para hacer uso de los medios extrajudiciales de resolución de conflictos cuando estén sujetos a un código de conducta o sean miembros de alguna organización profesional en los que se prevean estos mecanismos.

4. Toda la información a que se refieren los apartados anteriores se pondrá a disposición del destinatario por el prestador, en alguna de las formas siguientes:

a) En el lugar de prestación del servicio o de celebración del contrato.
b) Por vía electrónica a través de una dirección facilitada por el prestador.
c) Figurando dicha información en todo documento informativo del prestador que se facilite al destinatario y en el que se presenten de forma detallada sus servicios.
d) Por vía electrónica a través de una página web.

Artículo 23. *Obligaciones de los prestadores en materia de reclamaciones.*

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 21 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, los prestadores pondrán a disposición de los destinatarios un número de teléfono, una dirección postal, número de fax o dirección de correo electrónico, con el fin de que éstos puedan dirigir sus reclamaciones o peticiones de información sobre el servicio prestado y comunicarán su dirección legal si esta no coincide con su dirección habitual para la correspondencia.
2. Asimismo, deberán dar respuesta a las reclamaciones a las que se refiere el apartado anterior en el plazo más breve posible y en cualquier caso antes de un mes desde que las mismas se hayan recibido por el prestador.
3. La respuesta se realizará en la misma lengua en la que se ha realizado el contrato.

Artículo 24. *Comunicaciones comerciales de las profesiones reguladas.*

1. Se garantiza la libertad de las comunicaciones comerciales en las profesiones reguladas.
2. No podrán establecerse prohibiciones totales a las comunicaciones comerciales en las profesiones reguladas. Las limitaciones que se puedan imponer no podrán ser discriminatorias, habrán de estar siempre justificadas por una razón imperiosa de interés general y serán proporcionadas.

Artículo 25. *Actividades multidisciplinares.*

1. No se podrá obligar a los prestadores de servicios al ejercicio de una única actividad de forma exclusiva, bien sea a través de la imposición de requisitos que obliguen a ejercer de forma exclusiva una actividad específica, bien sea mediante la imposición de requisitos que restrinjan el ejercicio conjunto o en asociación de distintas actividades.
2. No obstante, para garantizar su independencia e imparcialidad, así como prevenir conflictos de intereses, podrán verse sujetos por ley a los requisitos a que se refiere el apartado anterior:

a) Las profesiones reguladas, en la medida en que sea necesario para garantizar el cumplimiento de requisitos deontológicos distintos e incompatibles debidos al carácter específico de cada profesión, siempre que los mismos estén justificados por una razón imperiosa de interés general, sean proporcionados y no discriminatorios.
b) Los prestadores que realicen servicios de certificación, acreditación, control técnico, pruebas o ensayos.

Artículo 26. *Acciones de cesación.*

Frente a las conductas que infrinjan lo dispuesto en esta Ley susceptibles de lesionar los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios, se podrá ejercer la acción de cesación prevista en el artículo 53 del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, estando legitimados para su ejercicio los sujetos previstos en el artículo 54.1 de dicha Ley.

CAPITULO VI

Cooperación administrativa para el control efectivo de los prestadores

Artículo 27. *Obligaciones generales de cooperación.*

1. Con el fin de garantizar la supervisión de los prestadores y de sus servicios, las Administraciones Públicas, en el ámbito de sus respectivas competencias, cooperarán a efectos de información, control, inspección e investigación, entre sí, con las autoridades competentes de los demás Estados miembros y con la Comisión Europea.

2. Las relaciones con otros Estados miembros y con la Comisión Europea previstas en esta Ley se organizarán a través de la designación de diferentes puntos de contacto en la Administración General del Estado y en las Comunidades Autónomas.

No obstante se creará un punto de contacto de coordinación en la Administración General del Estado al que se remitirán todas las comunicaciones de cualquier administración con la Comisión Europea y otros Estados miembros, a fin de coordinar todas las actuaciones en el marco de la trasposición y aplicación de la directiva.

3. Las autoridades competentes españolas y las de cualquier Estado miembro podrán consultar en las mismas condiciones los registros en los que estén inscritos los prestadores, respetando en todo caso las normas sobre protección de datos personales.

4. Las solicitudes de información y de realización de controles, inspecciones e investigaciones realizadas por las autoridades competentes españolas con relación a los prestadores establecidos en el territorio de otro Estado miembro o sus servicios estarán debidamente motivadas. La información obtenida se empleará únicamente para la finalidad para la que se solicitó.

5. En caso de que no se pudieran atender de forma inmediata las solicitudes realizadas por las autoridades competentes de otros Estados miembros, las autoridades competentes españolas lo comunicarán a las autoridades solicitantes a través del punto de contacto.

6. En los casos en que las autoridades competentes de otro Estado miembro no cumplan con el deber de cooperación, las autoridades españolas competentes, a través del punto de contacto, informarán al respecto a la Comisión Europea.

Artículo 28. *Obligaciones de información de los prestadores.*

Sin perjuicio del deber de los prestadores de atender los requerimientos de información formulados por las autoridades competentes, deberán informar, a través de la correspondiente ventanilla única, de los cambios que afecten a las condiciones que determinaron el otorgamiento de la autorización.

Dicha información se comunicará en la lengua o lenguas facilitadas en la ventanilla única.

Artículo 29. *Supervisión de prestadores establecidos en territorio español.*

1. Las autoridades competentes españolas facilitarán la información que les soliciten las autoridades competentes de otro Estado miembro sobre los prestadores que estén establecidos en España.

2. Las autoridades competentes españolas procederán a las comprobaciones, inspecciones e investigaciones sobre prestadores establecidos en su territorio que les soliciten de manera motivada las autoridades competentes de otro Estado miembro e informarán a éstas de los resultados y, cuando proceda, de las medidas adoptadas.

3. Las autoridades competentes españolas velarán por el cumplimiento de los requisitos impuestos al prestador establecido en territorio español, aunque el servicio de que se trate se preste o provoque perjuicios en otro Estado miembro.

4. Cuando las autoridades competentes de otro Estado miembro soliciten a las autoridades competentes españolas la adopción de medidas excepcionales en casos individuales por motivos de seguridad, a las que se refiere el artículo 14 de esta Ley, con relación a un prestador establecido en territorio español, éstas últimas comprobarán lo antes posible si dicho prestador ejerce sus actividades de forma legal, así como los hechos que dieron lugar a la petición. Las autoridades competentes comunicarán de forma inmediata, a

través de su punto de contacto, las medidas que han adoptado o previsto o, en su caso, los motivos por los que no han adoptado medida alguna.

Artículo 30. *Supervisión de prestadores establecidos en otro Estado miembro.*

1. Las autoridades competentes españolas serán responsables de la supervisión de la actividad de los prestadores establecidos en otros Estados miembros que presten servicios en territorio español en relación con los requisitos sobre la libre prestación de servicios que puedan imponerse con arreglo al artículo 12.3 de esta Ley y en particular:

a) Tomarán todas las medidas necesarias para garantizar que el prestador respeta dichos requisitos.

b) Procederán a realizar las comprobaciones, inspecciones e investigaciones necesarias para supervisar el servicio prestado.

2. En relación con los requisitos distintos a los mencionados en el apartado anterior, en caso de desplazamiento temporal de un prestador establecido en otro Estado miembro para prestar un servicio, las autoridades competentes españolas procederán, a petición motivada de las autoridades del Estado miembro de establecimiento, a las comprobaciones, inspecciones e investigaciones que sean necesarias para garantizar la eficacia de la supervisión de dichas autoridades y consideren más adecuadas a tal fin.

3. En todo caso, las autoridades españolas competentes podrán, por propia iniciativa, proceder a comprobaciones, inspecciones e investigaciones in situ, siempre que sean proporcionadas, no discriminatorias y no estén motivadas por el hecho de que el prestador tenga su establecimiento en otro Estado miembro.

Artículo 31. *Mecanismo de alerta.*

Si las autoridades competentes tuviesen conocimiento de actos o circunstancias específicos de carácter grave relativos a una actividad o a un prestador de servicios que puedan ocasionar perjuicios graves para la salud o la seguridad de las personas o el medio ambiente en cualquier parte del territorio de la Unión Europea, informarán inmediatamente a los Estados miembros y a la Comisión Europea a través del punto de contacto.

Artículo 32. *Información sobre la honorabilidad del prestador.*

1. A solicitud motivada de las autoridades competentes de otro Estado miembro se comunicarán, respetando la legislación vigente, las medidas disciplinarias y sanciones administrativas firmes que se hayan adoptado por cualquier autoridad competente española, incluidos los colegios profesionales, respecto al prestador y que guarden relación directa con su actividad comercial o profesional, bien porque se haya consentido en vía administrativa, bien porque han alcanzado firmeza ante la jurisdicción contencioso administrativa. También se comunicarán las condenas penales y declaraciones de concurso culpable que se hayan dictado respecto al prestador y que guarden relación directa con su actividad comercial o profesional, precisando si son o no firmes y, en su caso, los recursos interpuestos y los plazos para la resolución de los mismos. Dicha comunicación deberá precisar las disposiciones nacionales con arreglo a las cuales se ha condenado o sancionado al prestador.

La aplicación de lo anterior deberá hacerse respetando las normas sobre protección de los datos personales y los derechos garantizados a las personas condenadas o sancionadas según el ordenamiento jurídico español, incluso por colegios profesionales.

2. La autoridad competente española comunicará al prestador que tal información ha sido suministrada a una autoridad competente de otro Estado miembro.

Disposición adicional primera. *Intercambio electrónico de información.*

Las Administraciones Públicas dispondrán de un sistema electrónico de intercambio de información entre ellas y con las de los demás Estados miembros que garantice el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley.

Disposición adicional segunda. *Inclusión de otros trámites en la ventanilla única.*

La ventanilla única podrá incorporar trámites no incluidos en el ámbito de aplicación de esta Ley, entre ellos los que se realizan ante la Agencia Estatal de Administración Tributaria y la Tesorería General de la Seguridad Social, y aquellos otros que se consideren necesarios.

Disposición adicional tercera. *Comité para la mejora de la regulación de las actividades de servicios.*

Para facilitar la participación de las Administraciones Públicas en el proceso de transposición al ordenamiento interno de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior y en el marco de lo establecido en el artículo 5, apartados 1 y 7, de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se crea un comité de cooperación multilateral, del que formarán parte la Administración General del Estado, las Comunidades y Ciudades Autónomas y representantes de la Administración Local. Este Comité tendrá como objeto facilitar la cooperación para la mejora de la regulación de las actividades de servicios y, en particular, el seguimiento y la coordinación de las actuaciones que se lleven a cabo en las diferentes administraciones para la correcta transposición de la directiva.

Disposición adicional cuarta. *Notificación a la Comisión Europea.*

El órgano administrativo competente comunicará al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, antes de su aprobación y en los términos y por los cauces que se establezcan reglamentariamente, cualquier proyecto de norma legal o reglamentaria en el que se prevean requisitos del artículo 11.1 de esta Ley, incorporando una memoria justificativa en la que se motive su compatibilidad con los criterios del artículo 11.2, o requisitos del artículo 12.2, incorporando una memoria justificativa en la que se motive su compatibilidad con los criterios del artículo 12.3, para su posterior notificación a la Comisión Europea.

Disposición adicional quinta. *Régimen de infracciones y sanciones.*

En caso de incumplimiento de las obligaciones de información y en materia de reclamaciones de los prestadores de servicios recogidas en esta Ley, cuando los destinatarios de la información sean consumidores y usuarios, se aplicará el régimen de infracciones y sanciones previsto en el Título IV del Libro I del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Disposición adicional sexta. *Impuesto General Indirecto Canario e Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación en las Ciudades de Ceuta y Melilla.*

Las referencias hechas al Impuesto sobre el Valor Añadido deben entenderse hechas, en su caso, al Impuesto General Indirecto Canario o al Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación de las Ciudades de Ceuta y Melilla.

Disposición adicional séptima. *Incumplimiento de la prohibición de discriminación.*

El incumplimiento de la prohibición de discriminación prevista en el artículo 16.3 de esta Ley y el Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2018, sobre medidas destinadas a impedir el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento de los clientes en el mercado interior y por el que se modifican los Reglamentos (CE) 2006/2004 y (UE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE, se reputará desleal a los efectos de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, sin perjuicio del régimen de infracciones y sanciones contenido en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Disposición transitoria. *Régimen transitorio.*

1. Los procedimientos de autorización iniciados con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley se tramitarán y resolverán por la normativa vigente en el momento de la presentación de la solicitud. Si la tramitación y resolución se produce a partir del 28 de diciembre de 2009 y la normativa de aplicación incluye requisitos prohibidos según el artículo 10 de esta Ley, éstos no se tendrán en cuenta por el órgano competente. No obstante, el interesado podrá, con anterioridad a la resolución, desistir de su solicitud y optar por la aplicación de la nueva normativa.

2. En tanto no se apruebe el desarrollo reglamentario a que se refiere la Disposición adicional cuarta, referida a las notificaciones a la Comisión Europea, éstas se realizarán a través de la Secretaría de Estado para la Unión Europea.

3. La eventual revisión o evaluación de la normativa reguladora del procedimiento de autorización no podrá constituir elemento para la no concesión de las autorizaciones solicitadas.

Disposición derogatoria.

1. Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta Ley.

2. No obstante, las disposiciones vigentes a la entrada en vigor de esta Ley que resulten incompatibles con los capítulos II, III, el artículo 17.1 del capítulo IV y los artículos 24 y 25 del capítulo V mantendrán su vigencia hasta que sean objeto de reforma expresa y, en todo caso, quedarán derogadas el 27 de diciembre de 2009.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Esta Ley, que tiene carácter básico, se dicta al amparo de lo establecido en el artículo 149.1.1.ª, 13.ª y 18.ª de la Constitución Española.

Disposición final segunda. *Incorporación de Derecho comunitario.*

Mediante esta Ley se incorpora parcialmente al Derecho español la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

Disposición final tercera. *Habilitación normativa y cumplimiento.*

1. Corresponde a las Administraciones Públicas competentes, en su respectivo ámbito territorial, aprobar las normas de desarrollo y ejecución de esta Ley.

2. Se autoriza al Gobierno para que, en el ámbito de sus competencias, dicte las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo y aplicación de esta Ley. En particular, el Gobierno desarrollará reglamentariamente lo dispuesto en la Disposición adicional cuarta, referida a las notificaciones a la Comisión Europea.

Disposición final cuarta. *Compensación de deudas en caso de responsabilidad por incumplimiento.*

(Derogada)

Disposición final quinta. *Adaptación de la normativa vigente.*

1. En el plazo de un mes a partir de la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno someterá a las Cortes Generales un proyecto de ley en el que, en el marco de sus competencias, se proceda a la adaptación de las disposiciones vigentes con rango legal a lo dispuesto en esta Ley.

2. A fin de hacer posible el cumplimiento de la obligación contenida en el artículo 44 de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, las Comunidades y Ciudades Autónomas y las Entidades Locales comunicarán a la Administración General del Estado, antes de 26 de diciembre de 2009, las disposiciones legales y reglamentarias de su competencia que

hubieran modificado para adaptar su contenido a lo establecido en la Directiva y en la presente Ley.

3. La obligación prevista en el apartado anterior será asimismo de aplicación a los colegios profesionales y a cualquier autoridad pública, respecto de las disposiciones de su competencia, que se vean afectadas por esta Ley.

Disposición final sexta. *Entrada en vigor.*

Esta Ley entrará en vigor en el plazo de treinta días a partir del día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», excepto lo previsto en los artículos 17.2, 17.3, 17.4, 18 y 19 del capítulo IV y en el capítulo VI que entrará en vigor el 27 de diciembre de 2009.

§ 8

Decreto 466/1972, de 17 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad

Ministerio de Información y Turismo
«BOE» núm. 56, de 6 de marzo de 1972
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-1972-348

El proceso de institucionalización de la actividad publicitaria, iniciado por la Ley sesenta y una mil novecientos sesenta y cuatro, de once de junio, que aprobó el Estatuto de la Publicidad, requiere un progresivo desarrollo normativo en función de las necesidades de la realidad en que incide y, en su caso, de las demandas de los profesionales a que afecta.

En esta línea, constituye aspiración unánime, de los Agentes de Publicidad la ordenación específica de su actividad a través de las correspondientes normas estatutarias a que la propia Ley citada se refiere en su artículo cincuenta y nueve y dentro del marco de las disposiciones complementarias y de desarrollo de la misma que en su disposición adicional primera faculta al Gobierno para dictar. Recogiendo esta aspiración y la conveniencia de dar desarrollo a los preceptos legales que se refieren a los Agentes de Publicidad, parece conveniente dictar las normas reglamentarias que perfilen los distintos aspectos de su actividad profesional y el ejercicio de la misma.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Información y Turismo, previo informe de la Organización Sindical, de acuerdo con lo previsto en el artículo ciento treinta punto cuatro de la Ley de Procedimiento Administrativo, de conformidad con el dictamen del Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día cuatro de febrero de mil novecientos setenta y dos,

DISPONGO:

Artículo primero.

Se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad que a continuación se inserta.

Artículo segundo.

Por el Ministerio de Información y Turismo se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo de lo dispuesto en el Estatuto que se aprueba por el presente Decreto.

ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS AGENTES DE PUBLICIDAD

CAPÍTULO I

De la actividad profesional y requisitos para su ejercicio

Artículo 1.

1. Agente de Publicidad es la persona natural que, debidamente autorizada, se dedica profesionalmente a ejercer una actividad de pura mediación consistente en gestionar en favor de las Agencias de Publicidad o de los medios cualquier tipo de publicidad, mediante el otorgamiento, respectivamente, de contratos de publicidad o de difusión.
2. La actividad profesional del Agente de Publicidad podrá ser ejercida libremente o al servicio exclusivo de alguna Agencia de publicidad o medio.

Artículo 2.

Para usar la denominación o ejercer las actividades publicitarias a que se refiere el artículo anterior deberán reunirse los requisitos y cumplir las normas que en este Estatuto se establecen e inscribirse en el Registro General de Publicidad, existente en la Subdirección General de Actividades Publicitarias de la Subsecretaría del Departamento.

Artículo 3.

Serán condiciones necesarias para ejercer la actividad de Agentes de Publicidad:

a) Poseer la capacidad que exige el artículo cuarto del Código de Comercio para el ejercicio de la actividad mercantil.
b) Poseer la necesaria moralidad.
c) Acreditar suficientemente la debida solvencia económica y las necesarias condiciones de idoneidad profesional.

Artículo 4.

La actividad profesional de Agente de Publicidad es incompatible:

a) Con el ejercicio activo de la profesión periodística.
b) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Radiodifusión.
c) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Publicidad.
d) Con la condición de empleado a sueldo de una Agencia de Publicidad o de un medio.
e) Con el ejercicio de cualquier otra actividad, profesión u oficio que, por su naturaleza, comprometa la libertad de gestión que debe informar la actividad mediadora.

Artículo 5.

Toda persona natural que pretenda ejercer la actividad profesional de Agente de Publicidad deberá solicitar previamente su inscripción en el Registro General de Publicidad, acompañando a la solicitud los siguientes documentos:

1. Declaración jurada en la que se manifieste:

a) Que se dedicará profesionalmente a ejercer la actividad definida en el artículo primero, haciendo constar también si desarrollará o no la misma al servicio exclusivo de alguna Agencia o medio.
b) Que no está incurso en ninguna de las incompatibilidades señaladas en el artículo cuarto.

2. Certificado acreditativo de idoneidad profesional, expedido por la Organización Sindical.
3. Certificación de antecedentes penales.
4. Documentos acreditativos de poseer la debida solvencia económica exigida para el ejercicio de la actividad.
5. Fotocopia del documento nacional de identidad.

6. Dos fotografías tamaño carnet.

Artículo 6.

Practicada la inscripción, se procederá a expedir el título-licencia que legitime a la persona inscrita para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

Artículo 7.

1. La inscripción en el Registro General de Publicidad será cancelada:

a) Por fallecimiento del inscrito.
b) A solicitud del interesado.
c) Cuando se compruebe la inexactitud de los datos aportados por el solicitante.
d) Cuando el inscrito deje de reunir algunos de los requisitos exigidos en el artículo tercero o quede incurso en cualquiera de los supuestos de incompatibilidad previstos en el artículo cuarto.

2. La cancelación de la inscripción determinará automáticamente la anulación del título-licencia.

Artículo 8.

Contra la resolución denegatoria o cancelatoria de inscripción podrá recurrirse en vía administrativa, de acuerdo con lo prevenido en el artículo 113 de la Ley de Procedimiento Administrativo y, agotada ésta, ante la jurisdicción contencioso-administrativa.

Artículo 9.

Las Agencias de Publicidad y los medios no podrán utilizar los servicios de gestión publicitaria de personas naturales que no estén en posesión del título-licencia que habilite para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

CAPÍTULO II

Del contrato de mediación o comisión publicitaria

Artículo 10.

1. La actividad profesional de los Agentes de Publicidad, a que se refiere el artículo primero, en relación con las Agencias de Publicidad o con los medios, se realizará exclusivamente a través de contratos de mediación o comisión publicitaria. Por consiguiente, el Agente de Publicidad no podrá otorgar en su propio nombre contratos de publicidad o de difusión.
2. El contrato de mediación o comisión publicitaria tendrá siempre carácter mercantil y para su otorgamiento bastará la legitimación exigida para la realización de actos de administración ordinaria.
3. Dicho contrato se presumirá existente y no necesitará constar por escrito, cuando se expresa el nombre del Agente en el contrato de publicidad o de difusión gestionado por su mediación.
4. El Agente tendrá derecho a que se le expida una copia de los contratos en que ha sido mediador.

Artículo 11.

Cuando el contrato de mediación o comisión publicitaria conste por escrito, deberá contener los siguientes extremos:

a) Fecha y lugar de su otorgamiento.
b) Nombre y domicilio de las partes.
c) Derechos y obligaciones.
d) Delimitación, en su caso, de la zona y ámbito en que el Agente desarrollará su actividad.

e) Reconocimiento o no, en favor del Agente, de los derechos de exclusiva en la zona o ámbito de que se trate.
f) Cuantía y forma de pago de la comisión.
g) Duración.
h) Causas de extinción del contrato.

Artículo 12.

Los contratos de mediación o comisión publicitaria que se celebren entre un medio y un Agente de Publicidad no podrán contener condiciones económicas que impliquen preferencia o trato desigual.

Artículo 13.

El Agente de Publicidad no responderá frente a la Agencia de Publicidad, medio o cliente de las consecuencias económicas de su gestión, siempre que la misma se hubiera realizado de acuerdo con lo pactado al efecto y con las normas que sean de aplicación, a tenor de lo establecido en artículo cuarto de la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprobó el Estatuto de la Publicidad.

Artículo 14.

El Agente de Publicidad responderá de los actos realizados por las personas que tenga a su servicio, siempre que dichos actos estén relacionados con actividades publicitarias.

Artículo 15.

1. La comisión constituirá el único medio de remuneración de la actividad del Agente de Publicidad y serán nulos todos los actos de clientes, de las Agencias, de los medios o de los propios Agentes que alteren la esencia de la comisión de único medio de pago de dicha actividad.
2. El Agente tendrá derecho al percibo de la comisión pactada sin que, en ningún caso, pueda ser renunciada ni cedida, total o parcialmente.

Artículo 16.

El derecho al percibo de la comisión nacerá desde el día de celebración del contrato de publicidad o de difusión gestionado por el Agente de Publicidad y se hará efectivo en los plazos pactados.

Artículo 17.

Las modificaciones que, después de su percepción y en perjuicio del Agente de Publicidad se introduzcan en los contratos de publicidad o de difusión gestionados por él, no alterarán el importe de la comisión pactada.

Artículo 18.

1. En el ejercicio de su actividad el Agente tendrá derecho al respeto por las Agencias de Publicidad y los medios de su cartera de cliente.
2. A todos los efectos se considerará cliente de un Agente de Publicidad la persona, natural o jurídica, que por mediación de aquél otorgue un contrato de publicidad o de difusión con una Agencia de Publicidad o un medio.

Artículo 19.

Cuando el Agente de Publicidad comunique por escrito a una Agencia de Publicidad o medio que está en gestiones con una persona determinada para la celebración de un contrato de publicidad o de difusión, dicha Agencia de Publicidad o medio considerará cliente del Agente a la persona de que se trate y se abstendrá de realizar cualquier acto que implique desconocimiento de tal derecho.

Artículo 20.

Cuando un medio conceda contractualmente la exclusiva de gestión publicitaria de sus espacios en la forma prevista en el articulo 15 de la Ley 61/1964, de 11 de junio, tanto dicho medio como el exclusivista considerarán clientes de un determinado Agente de Publicidad a las personas que, en la fecha de tal concesión, tuvieren concertados contratos de difusión por mediación de dicho Agente.

Artículo 21.

Cuando el Agente de Publicidad pruebe que un contrato de difusión gestionado por una Agencia de Publicidad es resultado de su propia actividad mediadora, el medio considerará cliente del Agente de que se trate a la persona que haya celebrado dicho contrato de difusión.

Artículo 22.

Se considerarán causas de pérdida de clientela por parte del Agente de Publicidad:

a) La anulación del titulo-licencia.
b) La extinción del contrato de mediación o comisión publicitaria.
c) La extinción del contrato de publicidad o de difusión celebrado por su mediación.

Artículo 23.

El contrato de mediación o comisión publicitaria se extinguirá por las causas expresamente previstas en él, y, en todo caso:

a) Por extinción o resolución del vínculo contractual.
b) Por fallecimiento del Agente de Publicidad.
c) Por anulación del título-licencia.

CAPÍTULO III

De la jurisdicción competente

Artículo 24.

La corrección y sanción administrativa de las infracciones no constitutivas de delito que se cometan por el Agente de Publicidad en el ejercicio de su actividad profesional, contraviniendo lo previsto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y en el presente Decreto, corresponderá al Ministerio de Información y Turismo.

Artículo 25.

En cuanto a las jurisdicciones penal y laboral, se estará a lo dispuesto en el artículo 64 de la Ley 61/1964, de 11 de junio.

Artículo 26.

Las cuestiones de naturaleza civil que surjan en el cumplimiento e interpretación del contrato de mediación o comisión publicitaria, se dirimirán ante los Tribunales ordinarios, sin perjuicio de que los interesados puedan previamente someterlas al Jurado de Publicidad, en aplicación de lo dispuesto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y disposiciones de desarrollo de la misma.

Disposición final.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo cinco de la Ley 61/1964, de 11 de junio, reguladora del Estatuto de la Publicidad, corresponde al Ministerio de Información y Turismo la ordenación e inspección de la actividad de los Agentes de Publicidad, así como la regulación de las condiciones necesarias para su ejercicio, quedando a salvo la competencia

que corresponda a otros Ministerios sobre la forma en que deba desarrollarse dicha actividad respecto a determinados lugares o en relación con productos concretos.

Disposición transitoria.

Las relaciones de los Agentes de Publicidad con las Agencias o medios continuarán rigiéndose según lo establecido en los contratos vigentes en el momento de la entrada en vigor del presente Decreto, hasta la extinción de los mismos.

§ 9

Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 156, de 27 de junio de 2014
Última modificación: 29 de junio de 2023
Referencia: BOE-A-2014-6726

TÍTULO I

De las entidades de crédito

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

[. . .]

Artículo 5. *Protección del cliente de entidades de crédito.*

1. Las entidades de crédito actuarán de manera honesta, imparcial, transparente y profesional, con respeto a los derechos y los intereses de la clientela.

Toda información dirigida a su clientela, incluida la de carácter publicitario, deberá ser clara, suficiente, objetiva y no engañosa. Además, las entidades de crédito deberán en todo momento mantener adecuadamente informados a sus clientes, conforme a lo dispuesto en los apartados siguientes, las disposiciones de desarrollo y el resto de la normativa aplicable.

2. Sin perjuicio de la reglas de cálculo de la TAE establecidas en el anexo II y la Ficha Europea de Información Normalizada recogida en el Anexo I de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con el fin de proteger los legítimos intereses de los clientes de servicios a productos bancarios, distintos de los de inversión, prestados por las entidades de crédito, y de los de préstamo objeto de dicha Ley, podrá dictar disposiciones relativas a:

a) La información precontractual que debe facilitarse a los clientes, la información y contenido de los contratos y las comunicaciones posteriores que permitan el seguimiento de los mismos, de modo que reflejen de forma explícita y con la máxima claridad los derechos y obligaciones de las partes, los riesgos derivados del servicio o producto para el cliente y las demás circunstancias necesarias para garantizar la transparencia de las condiciones más relevantes de los servicios o productos y permitir al cliente evaluar si estos se ajustan a sus necesidades y a su situación financiera. A tal efecto, los contratos de estos servicios o productos siempre se formalizarán por escrito o en formato electrónico o en otro soporte

duradero y la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital podrá, en particular, fijar las cláusulas que los contratos referentes a servicios o productos bancarios típicos habrán de tratar o prever de forma expresa.

b) La transparencia de las condiciones básicas de comercialización o contratación de los servicios o productos bancarios que ofrecen las entidades de crédito y, en su caso, el deber y la forma en que deben comunicar tales condiciones a su clientela o al Banco de España. Se podrán establecer, asimismo, condiciones básicas de los servicios o productos bancarios de debido cumplimiento para las entidades de crédito. En particular, solo podrán percibirse comisiones o repercutirse gastos por servicios solicitados en firme o aceptados expresamente por un cliente y siempre que respondan a servicios efectivamente prestados o gastos habidos que puedan acreditarse.

c) Los principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria de los servicios o productos bancarios, y las modalidades de control administrativo sobre la misma, con la finalidad de que esta resulte clara, suficiente, objetiva y no engañosa.

d) Las especialidades de la contratación de servicios o productos bancarios de forma electrónica o por otras vías de comunicación a distancia y la información que, al objeto de lo previsto en este artículo, debe figurar en las páginas electrónicas de las entidades de crédito.

e) El ámbito de aplicación de las normas dictadas al amparo de este artículo a cualesquiera contratos u operaciones de la naturaleza prevista en dichas normas, aun cuando la entidad que intervenga no tenga la condición de entidad de crédito.

f) La definición, el alcance y la aplicación de políticas, procedimientos y controles internos adecuados exigibles a las entidades de crédito para garantizar el debido cumplimiento de las obligaciones que la normativa de conducta y transparencia bancaria les impone, en particular, el desarrollo de lo establecido en el artículo 29.8.

3. En particular, en la comercialización de préstamos o créditos, la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital podrá dictar normas que favorezcan:

a) La adecuada atención a los ingresos de los clientes en relación con los compromisos que adquieran al recibir un préstamo.

b) La adecuada e independiente valoración de las garantías inmobiliarias que aseguren los préstamos de forma que se contemplen mecanismos que eviten las influencias indebidas de la propia entidad o de sus filiales en la valoración.

c) La consideración de diferentes escenarios de evolución de los tipos en los préstamos a interés variable, las posibilidades de cobertura frente a tales variaciones y todo ello teniendo además en cuenta el uso o no de índices oficiales de referencia.

d) La obtención y documentación apropiada de datos relevantes del solicitante.

e) La información precontractual y asistencia apropiadas para el cliente.

f) El respeto de las normas de protección de datos.

4. Sin perjuicio de la libertad contractual, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital podrá efectuar, por sí o a través del Banco de España, la publicación regular, con carácter oficial, de determinados índices o tipos de interés de referencia que puedan ser aplicados por las entidades de crédito a los préstamos a interés variable, especialmente en el caso de créditos o préstamos hipotecarios. Los citados índices o tipos de referencia deberán ser claros, accesibles, objetivos y verificables.

Los proveedores de estos índices para el cálculo de los tipos deudores y los prestamistas deberán conservar registros históricos de dichos índices.

5. Las disposiciones que en el ejercicio de sus competencias puedan dictar las Comunidades Autónomas sobre las materias contempladas en este artículo no podrán establecer un nivel de protección inferior al dispensado en las normas que apruebe la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Asimismo, podrán establecerse con carácter básico modelos normalizados de información que no podrán ser modificados por la normativa autonómica, en aras de la adecuada transparencia y homogeneidad de la información suministrada a los clientes de servicios o productos bancarios.

6. Las normas dictadas al amparo de lo previsto en este artículo serán consideradas normativa de ordenación y disciplina y su supervisión corresponderá al Banco de España.

[. . .]

§ 10

Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 151, de 25 de junio de 2011
Última modificación: 28 de marzo de 2014
Referencia: BOE-A-2011-10970

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Contrato de crédito al consumo.*

1. Por el contrato de crédito al consumo un prestamista concede o se compromete a conceder a un consumidor un crédito bajo la forma de pago aplazado, préstamo, apertura de crédito o cualquier medio equivalente de financiación.

2. No se considerarán contratos de crédito a los efectos de esta Ley los que consistan en el suministro de bienes de un mismo tipo o en la prestación continuada de servicios, siempre que en el marco de aquéllos asista al consumidor el derecho a pagar por tales bienes o servicios a plazos durante el período de su duración.

Artículo 2. *Partes del contrato de crédito.*

1. A efectos de esta Ley, se entenderá por consumidor la persona física que, en las relaciones contractuales reguladas por esta Ley, actúa con fines que están al margen de su actividad comercial o profesional.

2. El prestamista es la persona física o jurídica que concede o se compromete a conceder un crédito en el ejercicio de su actividad comercial o profesional.

3. El intermediario de crédito es la persona física o jurídica que no actúa como prestamista y que en el transcurso de su actividad comercial o profesional, contra una remuneración que puede ser de índole pecuniaria o revestir cualquier otra forma de beneficio económico acordado:

1.º Presenta u ofrece contratos de crédito,

2.º asiste a los consumidores en los trámites previos de los contratos de crédito, distintos de los indicados en el inciso 1.º), o

3.º celebra contratos de crédito con consumidores en nombre del prestamista.

Artículo 3. *Contratos excluidos.*

Quedan excluidos de la presente Ley:

a) Los contratos de crédito garantizados con hipoteca inmobiliaria.

b) Los contratos de crédito cuya finalidad sea adquirir o conservar derechos de propiedad sobre terrenos o edificios construidos o por construir.

c) Los contratos de crédito cuyo importe total sea inferior a 200 euros.

A estos efectos, se entenderá como única la cuantía de un mismo crédito, aunque aparezca distribuida en contratos diferentes celebrados entre las mismas partes y para la adquisición de un mismo bien o servicio, aun cuando los créditos hayan sido concedidos por diferentes miembros de una agrupación, tenga ésta o no personalidad jurídica.

d) Los contratos de arrendamiento o de arrendamiento financiero en los que no se establezca una obligación de compra del objeto del contrato por el arrendatario ni en el propio contrato ni en otro contrato aparte. Se considerará que existe obligación si el prestamista así lo ha decidido unilateralmente.

e) Los contratos de crédito concedidos en forma de facilidad de descubierto y que tengan que reembolsarse en el plazo máximo de un mes, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 7 del artículo 12 y en el artículo 19.

f) Los contratos de crédito concedidos libres de intereses y sin ningún otro tipo de gastos, y los contratos de crédito en virtud de los cuales el crédito deba ser reembolsado en el plazo máximo de tres meses y por los que sólo se deban pagar unos gastos mínimos. A estos efectos, los gastos mínimos no podrán exceder en su conjunto, excluidos los impuestos, del 1 por ciento del importe total del crédito, definido en la letra c) del artículo 6.

En los contratos vinculados a que se refiere el artículo 29 de esta Ley, se presumirá, salvo pacto en contrario, que el prestamista y el proveedor de bienes o de servicios han pactado una retribución por la que éste abonará a aquél una cantidad por la celebración del contrato de préstamo. En tal caso, el contrato de crédito al consumo no se considerará gratuito.

g) Los contratos de crédito concedidos por un empresario a sus empleados a título subsidiario y sin intereses o cuyas tasas anuales equivalentes sean inferiores a las del mercado, y que no se ofrezcan al público en general.

A estos efectos se entenderá por tasas anuales equivalentes inferiores a las del mercado las que sean inferiores al tipo de interés legal del dinero.

h) Los contratos de crédito celebrados con empresas de servicios de inversión o con entidades de crédito con la finalidad de que un inversor pueda realizar una operación relativa a uno o más de los instrumentos financieros enumerados en el artículo 2 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, cuando la empresa de inversión o la entidad de crédito que concede el crédito participe en la operación.

i) Los contratos de crédito que son el resultado de un acuerdo alcanzado en los tribunales.

j) Los contratos de crédito relativos al pago aplazado, sin intereses, comisiones ni otros gastos, de una deuda existente.

k) Los contratos de crédito para cuya celebración se pide al consumidor que entregue un bien al prestamista como garantía de seguridad y en los que la responsabilidad del consumidor está estrictamente limitada a dicho bien.

[. . .]

Artículo 5. *Carácter imperativo de las normas.*

1. Los consumidores no podrán renunciar a los derechos reconocidos en esta Ley.

2. La renuncia a los derechos reconocidos por esta Ley a los consumidores y los actos contrarios a la misma son nulos. Los actos realizados en fraude de ley serán sancionados como tales según lo dispuesto en el artículo 6 del Código Civil.

3. Las normas de protección a los consumidores contenidas en esta Ley serán de aplicación no sólo cuando el correspondiente contrato de crédito se rija por la legislación española o ésta de cualquier otro modo resulte de aplicación, sino también cuando la ley elegida por las partes para regir el contrato sea la de un tercer Estado, siempre que el contrato tenga un vínculo estrecho con el territorio de un Estado miembro del Espacio Económico Europeo.

Se entenderá, en particular, que existe un vínculo estrecho cuando el prestamista o el intermediario de crédito ejerciere sus actividades en uno o varios Estados miembros del

Espacio Económico Europeo o por cualquier medio de publicidad o comunicación dirigiere tales actividades a uno o varios Estados miembros y el contrato de crédito estuviere comprendido en el marco de esas actividades.

[. . .]

CAPÍTULO II

Información y actuaciones previas a la celebración del contrato de crédito

[. . .]

Artículo 9. *Información básica que deberá figurar en la publicidad.*

1. La información básica establecida en este artículo deberá incluirse en la publicidad y comunicaciones comerciales, así como en los anuncios y ofertas exhibidos en los locales comerciales, en los que se ofrezca un crédito o la intermediación para la celebración de un contrato de crédito, siempre que indiquen el tipo de interés o cualesquiera cifras relacionadas con el coste del crédito para el consumidor.

2. La información básica especificará los elementos siguientes de forma clara, concisa y destacada mediante un ejemplo representativo:

a) El tipo deudor fijo o variable, así como los recargos incluidos en el coste total del crédito para el consumidor.

b) El importe total del crédito.

c) La tasa anual equivalente, salvo en el caso de los contratos en los que el crédito se conceda en forma de posibilidad de descubierto y que deban reembolsarse previa petición o en el plazo de tres meses, indicados en el segundo párrafo del apartado 1 del artículo 4.

d) En su caso, la duración del contrato de crédito.

e) En el caso de los créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio en particular, el precio al contado y el importe de los posibles anticipos.

f) En su caso, el importe total adeudado por el consumidor y el importe de los pagos a plazos.

La información básica deberá publicarse con una letra que resulte legible y con un contraste de impresión adecuado.

3. Si se condicionara la concesión del crédito en las condiciones ofrecidas a la celebración de un contrato relativo a un servicio accesorio vinculado con el contrato de crédito, en particular un seguro, y el coste de ese servicio no pudiera determinarse de antemano, dicha condición deberá mencionarse de forma clara, concisa y destacada, junto con la tasa anual equivalente.

[. . .]

CAPÍTULO VI

Intermediarios de crédito

Artículo 33. *Obligaciones de los intermediarios de crédito respecto de los consumidores.*

1. Son obligaciones de los intermediarios de crédito:

a) Indicar en su publicidad y en la documentación destinada a los consumidores el alcance de sus funciones y representación, precisando en particular si trabajan en exclusiva con una o varias empresas o como intermediarios independientes.

b) En caso de que el consumidor deba pagar una remuneración al intermediario de crédito por sus servicios, informar de ella al consumidor y acordar con éste el importe de la misma, que deberá constar en papel u otro soporte duradero, antes de la celebración del contrato de crédito.

c) En caso de que el consumidor deba pagar una remuneración al intermediario de crédito por sus servicios, este último deberá comunicar el importe de la misma al prestamista, a efectos del cálculo de la tasa anual equivalente.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior se entenderá sin perjuicio de las obligaciones señaladas en la Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito, y sin perjuicio de las obligaciones señaladas en la Ley 26/2006, de 17 de julio, de mediación de seguros y reaseguros privados, si se condicionara la concesión del crédito en las condiciones ofrecidas a la celebración de un contrato de seguro.

CAPÍTULO VII

Régimen sancionador

Artículo 34. *Infracciones y sanciones administrativas.*

1. El incumplimiento de las disposiciones de esta Ley por personas físicas y jurídicas distintas de las previstas en el apartado 2 será sancionado como infracción en materia de consumo, aplicándosele lo dispuesto en el régimen sancionador general de protección de los consumidores y usuarios previsto en el Título IV del libro primero del 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, y demás normas aplicables, así como en las normas establecidas en las leyes autonómicas correspondientes.

No obstante, el incumplimiento de las disposiciones relativas a la información previa al contrato, según establece el artículo 10, y la obligación de evaluar la solvencia del consumidor prevista en el artículo 14, siempre que no tengan carácter ocasional o aislado, se considerarán como infracciones graves, pudiendo ser en su caso consideradas como infracciones muy graves atendiendo a los criterios previstos en el artículo 50 del citado Texto Refundido.

2. En el caso de entidades de crédito, se considerarán normas de ordenación y disciplina las disposiciones contenidas en el capítulo I exceptuado el artículo 5, en el capítulo II, en el capítulo III exceptuado el apartado 1 del artículo 15, en el capítulo V, en el capítulo VI exceptuado el apartado 2 del artículo 33, en los artículos 16 a 20 y en el artículo 35 de la presente Ley. Su incumplimiento, siempre que no tenga carácter ocasional o aislado, será sancionado como infracción grave, de acuerdo con lo previsto en la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito.

3. En el expediente sancionador no podrán resolverse las cuestiones civiles o mercantiles que suscite el incumplimiento de las disposiciones de esta Ley.

4. Cuando el incumplimiento de los deberes de información a los que se refiere el apartado 3 del artículo 7 de esta Ley fuera constitutivo de infracción tipificada en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, será de aplicación el régimen de esta última, correspondiendo la competencia en materia sancionadora a la Agencia Española de Protección de Datos.

CAPÍTULO VIII

Régimen de impugnaciones

Artículo 35. *Reclamación extrajudicial.*

1. El prestamista, el intermediario de crédito y el consumidor podrán someter sus conflictos al arbitraje de consumo, mediante adhesión de aquéllos al Sistema Arbitral del Consumo o a otros sistemas de resolución extrajudicial de conflictos, que figuren en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa europea, así como a los mecanismos previstos en la legislación sobre protección de los clientes de servicios financieros, en la medida en que el prestamista o el intermediario de crédito estén sometidos a los mecanismos previstos en ella.

2. Los órganos arbitrales de consumo o los órganos previstos en la legislación sobre protección de los clientes de servicios financieros, que intervengan en la resolución de estas

reclamaciones, habrán de cooperar en la resolución de los conflictos de carácter transfronterizo que se produzcan a nivel intracomunitario, a través de la Red transfronteriza de denuncia extrajudicial sobre servicios financieros o cualquier otro mecanismo habilitado al efecto.

Artículo 36. *Acción de cesación.*

Contra las conductas contrarias a esta Ley podrá ejercitarse la acción de cesación conforme a lo previsto en los artículos 53, apartados 1 y 2 del 54, 55 y 56 del 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, y, en lo no previsto por ésta, será de aplicación la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

A la acción de cesación frente a estas cláusulas o prácticas en el ámbito de aplicación de esta Ley, podrá acumularse, como accesoria, la de devolución de cantidades que se hubiesen cobrado en virtud de su aplicación y la de indemnización de daños y perjuicios que hubiere causado la aplicación de las mismas.

[. . .]

§ 11

Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 79, de 1 de abril de 2009
Última modificación: 16 de marzo de 2019
Referencia: BOE-A-2009-5391

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Ámbito de aplicación.*

1. Lo dispuesto en esta Ley será de aplicación a la contratación de los consumidores con aquellas personas físicas o jurídicas (en adelante, las empresas) que, de manera profesional, realicen cualquiera de las actividades que consistan en:

a) La concesión de préstamos o créditos hipotecarios, distintos a los previstos en el artículo 2.1.a) y b) de la Ley 5/2019, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, bajo la forma de pago aplazado, apertura de crédito o cualquier otro medio equivalente de financiación.

b) La intermediación para la celebración de un contrato de préstamo o crédito con cualquier finalidad, a un consumidor, salvo la prevista en el artículo 2.2 de la Ley 5/2019, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, mediante la presentación, propuesta o realización de trabajos preparatorios para la celebración de los mencionados contratos, incluida, en su caso, la puesta a disposición de tales contratos a los consumidores para su suscripción.

A los proveedores de bienes y servicios que actúen como intermediarios para la contratación de préstamos o créditos destinados a la financiación de los productos que comercialicen, únicamente les será de aplicación lo dispuesto en el artículo 22.5.

Tienen la consideración de consumidores las personas físicas y jurídicas que, en los contratos a que se refiera esta Ley, actúan en un ámbito ajeno a su actividad empresarial o profesional.

2. Lo dispuesto en esta Ley no será de aplicación cuando las actividades previstas en el apartado anterior sean prestadas por entidades de crédito o sus agentes, ni a las actividades incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 28/1998, de 13 de julio, de Venta a Plazos de Bienes Muebles.

3. Lo establecido en esta Ley se entenderá sin perjuicio de lo dispuesto en otras leyes generales o en la legislación de protección de los derechos de los consumidores y usuarios,

en particular en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, la Ley de 23 de julio de 1908, de nulidad de los contratos de préstamos usurarios, la Ley 16/2011, de 24 de junio, de Contratos de Crédito al Consumo y la Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores. En caso de conflicto, será de aplicación la norma que contenga un régimen más preciso de control de las actividades definidas en el apartado primero o suponga una mayor protección de los consumidores y usuarios.

Artículo 2. *Carácter imperativo.*

Los derechos reconocidos por esta Ley a los consumidores que contraten las actividades incluidas en su ámbito de aplicación son irrenunciables, siendo nulos la renuncia previa a tales derechos y los actos realizados en fraude de Ley, conforme a lo previsto en el artículo 6 del Código Civil.

[. . .]

Artículo 9. *Infracciones y sanciones.*

1. El incumplimiento por las empresas de las disposiciones de esta Ley será sancionado como infracción en materia de consumo, aplicándosele lo dispuesto en el régimen sancionador general sobre protección de los consumidores y usuarios previsto en el libro primero, título IV del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias y normativa autonómica que resulte de aplicación.

2. El incumplimiento de la obligación de inscripción en el Registro estatal previsto en el artículo 3 será considerado infracción muy grave, siendo competente para la imposición de las sanciones el Instituto Nacional del Consumo, aplicándose lo dispuesto en los artículos 51 y 52 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias y normativa complementaria.

Artículo 10. *Resolución extrajudicial de conflictos.*

Las empresas podrán someter sus conflictos con los consumidores a arbitraje de consumo, mediante su adhesión al Sistema Arbitral del Consumo, conforme a lo previsto en la regulación específica de éste.

Artículo 11. *Acciones de cesación.*

1. Podrá ejercitarse la acción de cesación contra las conductas contrarias a esta Ley que lesionen los intereses tanto colectivos como difusos de los consumidores y usuarios.

2. La acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta contraria a esta Ley y a prohibir su reiteración futura. Asimismo, la acción podrá ejercerse para prohibir la realización de una conducta cuando ésta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inmediato.

3. Estarán legitimados para ejercitar la acción de cesación:

a) El Instituto Nacional del Consumo y los órganos o entidades correspondientes de las comunidades autónomas y de las corporaciones locales competentes en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

b) Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan los requisitos establecidos en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, o, en su caso, en la legislación autonómica en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

c) El Ministerio Fiscal.

4. Todas las entidades citadas en el apartado anterior podrán personarse en los procesos promovidos por otra cualquiera de ellas, si lo estiman oportuno para la defensa de los intereses que representan.

CAPÍTULO II

Actividad de contratación de préstamos o créditos hipotecarios

Artículo 12. *Comunicaciones comerciales y publicidad.*

1. En la publicidad y comunicaciones comerciales de las empresas y en los anuncios y ofertas exhibidos en sus establecimientos abiertos al público en los que se ofrezcan préstamos o créditos hipotecarios, siempre que se haga referencia al importe del crédito o préstamo o se indique el tipo de interés o cualesquiera cifras relacionadas con el coste del crédito o préstamo, las empresas deberán mencionar también la tasa anual equivalente, mediante un ejemplo representativo, así como aquellos otros extremos que, siendo compatibles con la legislación sobre prácticas comerciales desleales con los consumidores, reglamentariamente determinen las comunidades autónomas.

2. En el caso de que la comunicación comercial se refiera a la agrupación de distintos créditos o préstamos en uno solo, deberá facilitarse información de forma clara, concisa y destacada de cualquier tipo de gastos relacionados con la citada agrupación. Además se prohíbe hacer referencia a la reducción de la cuota mensual a pagar, sin mencionar de forma expresa el aumento del capital pendiente y el plazo de pago del nuevo préstamo o crédito.

Artículo 13. *Folleto informativo sobre préstamos o créditos hipotecarios.*

1. Las empresas deberán informar obligatoriamente a los consumidores que soliciten préstamos o créditos hipotecarios mediante la entrega gratuita de un folleto en el que conste la información prevista en el artículo 14.1.a) y con el contenido mínimo del anexo I de la Orden de 5 de mayo de 1994, sobre transparencia de las condiciones financieras de los préstamos hipotecarios.

El consumidor podrá conservar en su poder el folleto, aun cuando opte por no concertar el préstamo o crédito con la empresa.

2. El folleto informativo indicará con claridad los gastos preparatorios de la operación, tales como asesoramiento, tasación, comprobación de la situación registral del inmueble, u otros que sean a cargo del consumidor aun cuando el préstamo o crédito no llegue a otorgarse, así como los demás extremos que, siendo compatibles con la legislación comunitaria sobre la materia, determinen las comunidades autónomas reglamentariamente. La información sobre estos gastos es vinculante cuando la empresa concierte o efectúe directamente la prestación del servicio.

3. La información sobre el resto de los gastos, tipos de interés, tarifas o comisiones respetará lo dispuesto en el artículo 5, indicando expresamente el carácter orientativo de aquéllos que estén sujetos al resultado de la negociación y a las condiciones concretas de la operación que se contrate.

Lo anterior se entiende sin perjuicio de lo dispuesto en materia de publicidad y prácticas desleales.

Artículo 14. *Información previa al contrato.*

1. La empresa deberá suministrar de forma gratuita al consumidor, con una antelación mínima de cinco días naturales a la celebración del contrato y, en todo caso, antes de que asuma cualquier obligación derivada de la oferta o del contrato de préstamo o crédito hipotecario, al menos la siguiente información:

a) En cuanto a la propia empresa:

1.º Identidad, número o código de identificación fiscal, razón social, domicilio social y actividad principal de la empresa.

2.º En su caso, página web de la empresa y su carácter de franquiciado.

3.º Póliza de seguro de responsabilidad civil o aval y entidad aseguradora o de crédito con la que se haya contratado.

4.º El Registro, autonómico o estatal, en el que la empresa esté inscrita y su número de registro.

b) En cuanto al préstamo o crédito hipotecario ofrecido:

1.º Una descripción de las principales características del contrato de préstamo o crédito.

2.º El precio total que debe pagar el consumidor a la empresa con inclusión de todas las comisiones, cargas y gastos, así como todos los impuestos pagados a través de la empresa o, cuando no pueda indicarse un precio exacto, la base de cálculo que permita al consumidor comprobar el precio, así como la tasa anual equivalente expresada mediante un ejemplo representativo.

3.º Una advertencia que indique que el préstamo o crédito ofrecido está relacionado con instrumentos u operaciones que implican riesgos especiales, tales como que el precio del contrato se incremente de manera significativa, ya deriven de sus características específicas o de las operaciones que se vayan a ejecutar o cuyo precio depende de fluctuaciones en mercados financieros ajenos al control de la empresa y cuyos resultados históricos no son indicadores de resultados futuros. En todo caso, el consumidor, a través de tal advertencia, deberá obtener un conocimiento adecuado de los riesgos asociados a la financiación de estas operaciones, con especial referencia al riesgo de tipo de interés asumido.

4.º La indicación de que puedan existir otros impuestos o gastos que no se paguen a través de la empresa o que no los facture ella misma. No obstante en el caso de que estos gastos fueran causados por entidades o personas designadas por la empresa deberá hacerse constar cuáles son y su cuantía.

5.º Las modalidades de pago y de ejecución.

c) En cuanto al contrato de préstamo o crédito hipotecario:

1.º Los supuestos en que existe el derecho a obtener una oferta vinculante conforme a lo previsto en el artículo 16, su duración y las condiciones y modo para ejercerlo.

2.º Información acerca de cualquier derecho que puedan tener las partes para resolver el contrato anticipadamente o unilateralmente con arreglo a la legislación que resulte aplicable y a las condiciones del contrato, incluidas las compensaciones que pueda contener el contrato en ese caso.

3.º En cuanto a los medios de reclamación, a qué sistemas de resolución extrajudicial de conflictos puede el consumidor tener acceso y cómo puede acceder a ellos.

4.º Lengua o lenguas en las que podrá formalizarse el contrato, en este caso a elección del consumidor, cuando ésta no sea la lengua en la que se le ha ofrecido la información previa a la contratación.

5.º Legislación y tratamiento tributario aplicable al contrato.

2. La información prevista en este artículo se prestará por escrito o en cualquier soporte de naturaleza duradera que permita la constancia de la fecha de su recepción por el destinatario y su conservación, reproducción y acceso a dicha información.

3. El incumplimiento de los requisitos relativos a la información previa que se deriven de los contratos, así como los relativos al suministro de dicha información previa, que se establecen en este artículo, podrá dar lugar a la invalidez de los contratos, de acuerdo con lo previsto en la legislación civil, sin perjuicio de la integración de los contratos conforme a lo previsto en los artículos 61 y 65 del texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias.

4. Las comunidades autónomas, en el ejercicio de sus competencias en materia de consumo, podrán determinar reglamentariamente cualquier otra información, compatible con la legislación comunitaria sobre la materia, que la empresa deba comunicar al consumidor de forma previa al contrato.

[. . .]

CAPÍTULO III

Actividad de intermediación

Artículo 19. *Comunicaciones comerciales y publicidad.*

1. En la publicidad y comunicaciones comerciales y en los anuncios y ofertas exhibidos en los establecimientos abiertos al público de las empresas en los que se ofrezca la intermediación para la celebración de un contrato de préstamo o crédito, con cualquier

finalidad, siempre que indiquen el tipo de interés o cualesquiera cifras relacionadas con el coste del crédito o préstamo, deberán cumplirse las exigencias establecidas por la normativa que resulte aplicable al préstamo o crédito de que se trate sobre el que se ofrece la intermediación, así como aquellos otros extremos que, siendo compatibles con la legislación sobre prácticas comerciales desleales con los consumidores, reglamentariamente determinen las comunidades autónomas.

2. En el desarrollo de estas actividades, las comunicaciones comerciales de las empresas deberán indicar de forma expresa e inequívoca que la actividad que se promociona es de intermediación en la concesión de préstamos o créditos.

3. Las empresas deberán indicar, en sus comunicaciones comerciales y publicidad, el alcance de sus funciones y representación, precisando, en particular, si trabajan en exclusiva con una entidad de crédito o empresa o vinculadas con varias entidades de crédito u otras empresas, o como intermediarios independientes.

Son intermediarios de préstamos o créditos independientes las empresas que, sin mantener vínculos contractuales que supongan afección con entidades de crédito o empresas que comercialicen créditos o préstamos, ofrezcan asesoramiento independiente, profesional e imparcial a quienes demanden su intervención para la obtención de un crédito o préstamo. Se presume, en todo caso, que ha existido asesoramiento independiente, profesional e imparcial cuando se presenten las tres ofertas vinculantes previstas en el artículo 22.4.

4. En el caso de que la comunicación comercial se refiera a la agrupación de distintos créditos o préstamos en uno solo, deberá facilitarse información de forma clara, concisa y destacada de cualquier tipo de gastos relacionados con la citada agrupación. Además se prohíbe hacer referencia a la reducción de la cuota mensual a pagar, sin mencionar de forma expresa el aumento del capital pendiente y el plazo de pago del nuevo préstamo o crédito.

[. . .]

Disposición transitoria única. *Régimen transitorio de adaptación a los requisitos exigidos.*

1. Las empresas que desarrollen las actividades incluidas en esta Ley que a la entrada en vigor de la misma no cumplan con los requisitos establecidos en los artículos 12 y 19, en relación con las comunicaciones comerciales y publicidad, deberán adaptarse a los mismos en el plazo máximo de tres meses a partir de su entrada en vigor.

2. Las exigencias relativas a las obligaciones de transparencia en relación con los contratos, información previa al contrato, los requisitos de forma y contenido de los contratos, así como las obligaciones en materia de tasación y servicios accesorios, régimen de compensación por amortización anticipada, comisión de apertura en los préstamos o créditos hipotecarios sobre viviendas y oferta vinculante, previstas en los artículos 4, 5 14, 15, 16, 17, 20 y 21, resultarán exigibles en las relaciones precontractuales y en los contratos que se celebren a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

Las exigencias relativas a las obligaciones de transparencia en relación con los precios y el tablón de anuncios, previstas en los artículos 5 y 6, resultarán exigibles transcurridos tres meses a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

3. Una vez constituidos los registros públicos de empresas a que se refiere el artículo 3, las empresas deberán proceder a su inscripción en el plazo de los tres meses siguientes a su constitución.

Una vez transcurridos seis meses desde la entrada en vigor de esta Ley, las empresas cuyo domicilio social esté situado en una comunidad autónoma que, en el ejercicio de sus competencias, haya optado por no crear el registro público autonómico en dicho plazo, deberán inscribirse provisionalmente en el Registro estatal regulado en dicho artículo en el plazo previsto en el párrafo precedente, sin perjuicio de que el Registro estatal transfiera los datos al registro autonómico competente cuando se proceda a su constitución.

[. . .]

§ 12

Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios. [Inclusión parcial]

Ministerio de Economía y Hacienda
«BOE» núm. 261, de 29 de octubre de 2011
Última modificación: 27 de julio de 2020
Referencia: BOE-A-2011-17015

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

La presente orden ministerial tiene por objeto garantizar el adecuado nivel de protección de los clientes de productos y servicios bancarios de entidades de crédito, mediante la implantación de normas de conducta y medidas de transparencia en la prestación de servicios financieros bancarios.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente orden será de aplicación a los servicios bancarios dirigidos o prestados a clientes, o clientes potenciales, en territorio español por establecimientos financieros de crédito y entidades de crédito españolas, extranjeras o domiciliadas en otro Estado miembro de la Unión Europea que operen, en su caso, mediante sucursales, agente, intermediario o en régimen de libre prestación de servicios en relación con productos y servicios bancarios.

Se entenderá, a estos efectos, por clientes y clientes potenciales a las personas físicas. Asimismo, cuando a lo largo del articulado de la Orden se haga referencia a entidades o entidades de crédito, se entenderán incluidas todas las mencionadas en el párrafo anterior.

Las disposiciones previstas en las secciones 1.ª a 7.ª del capítulo II del título III serán aplicables a prestamistas inmobiliarios, a intermediarios de crédito inmobiliario y sus representantes designados, tal como se definen en el artículo 4 de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario.

Asimismo, a los efectos de esta orden se entenderá por servicios bancarios aquellos que comprenden los servicios de caja, la captación de fondos reembolsables, especialmente depósitos, la concesión de crédito y préstamo, los servicios de pago y las demás actividades incluidas en el anexo de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito apartados 7 a 13.

2. Quedan excluidos del ámbito de esta orden ministerial los servicios, operaciones y actividades comprendidos en el ámbito del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, de la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva, del texto refundido de la Ley de

Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados, aprobado por el Real Decreto Legislativo 6/2004, de 29 de octubre, del texto refundido de la Ley de Regulación de los Planes y Fondos de Pensiones, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2002, de 29 de noviembre, y en el Libro Segundo del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, de medidas urgentes por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español diversas directivas de la Unión Europea en el ámbito de la contratación pública en determinados sectores; de seguros privados; de planes y fondos de pensiones; del ámbito tributario y de litigios fiscales.

3. Será de aplicación a las entidades aseguradoras lo previsto en el capítulo II bis del título III.

4. Cuando el cliente actúe en el ámbito de su actividad profesional o empresarial, las partes podrán acordar que no se aplique total o parcialmente lo previsto en esta orden, con la excepción de lo establecido en el capítulo II del título III.

[. . .]

Artículo 5. *Publicidad.*

Toda la publicidad de las entidades de crédito referida a los servicios bancarios deberá ser clara, objetiva y no engañosa, conforme a lo previsto en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios y en la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios.

[. . .]

TÍTULO II

Depósitos

[. . .]

Artículo 17. *Publicidad y documentación contractual.*

1. La publicidad realizada por las entidades de crédito para la comercialización de depósitos deberá incluir una referencia al Fondo de Garantía de Depósitos al que se encuentra adherida la entidad, cuando este sea diferente de los previstos en el Real Decreto 2606/1996, de 20 de diciembre, sobre Fondos de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito.

2. Los documentos contractuales relativos a servicios bancarios de depósito deberán incluir una referencia al Fondo de Garantía de Depósitos al que se encuentra adherida la entidad, indicando, cuando este sea diferente de los previstos en el Real Decreto 2606/1996, de 20 de diciembre, sobre Fondos de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito, su denominación debidamente traducida, su domicilio y, en su caso, la de su página electrónica.

[. . .]

ANEXO II

Ficha de advertencias estandarizadas (FiAE)

El texto del modelo recogido en este anexo se reproducirá tal cual en la FiAE. Las indicaciones entre corchetes se sustituirán por la información correspondiente.

Cuando se indique “si ha lugar”, el prestamista facilitará la información requerida si esta es pertinente para el contrato de préstamo. Si la información no es pertinente, el prestamista suprimirá los datos correspondientes o la advertencia entera. En caso de que se suprima la advertencia, la numeración de la FiAE se adaptará en consecuencia.

La información que a continuación se indica se facilitará en un solo documento. Se utilizarán caracteres tipográficos claramente legibles. Cuando se trate de elementos de información que deban resaltarse, se emplearán negrita, sombreado o caracteres de mayor tamaño.

FICHA DE ADVERTENCIAS ESTANDARIZADAS (FiAE)

El presente documento se extiende por [denominación del prestamista] en [población] para [nombre del potencial deudor], a [fecha del día].

Se ha elaborado basándose en el contenido de la ficha europea de información normalizada (FEIN) y el proyecto de contrato de préstamo, cuyos contenidos son concordantes.

Se informa al deudor de la existencia de las siguientes cláusulas o elementos relevantes en el contrato de préstamo que se entrega junto con esta FiAE.

1. (Si ha lugar) El tipo de interés aplicable al préstamo se fija utilizando el siguiente índice o tipo de interés oficial de referencia [el que corresponda de entre los recogidos en el artículo 27.1 de la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre];

2. (Si ha lugar) El préstamo está denominado en moneda extranjera ([la divisa correspondiente]), lo que supone que el prestatario asume los riesgos derivados del tipo de cambio de la divisa. Como consecuencia de ello:

(i) los pagos que periódicamente van a tener que realizar en concepto de amortización e intereses, han de ser obligatoriamente en [la divisa correspondiente];

(ii) es necesario realizar las correspondientes operaciones de compra de la [divisa correspondiente];

(iii) el contravalor de dichos pagos irá variando, al alza o a la baja, en función de la cotización de [la divisa correspondiente].

3. El deudor asume el pago de los siguientes gastos asociados a la concesión del préstamo:

(i) los gastos de tasación del inmueble.

(ii) el coste de aquellas copias de la escritura del préstamo hipotecario que solicite expresamente.

(iii) (si ha lugar) [enumeración de otros gastos de constitución]

4. (Si ha lugar) El préstamo no limita al alza la variación del tipo de interés (no tiene techo), lo que puede llegar a suponer que el deudor tenga que asumir la totalidad de las subidas del índice utilizado como referencia.

5. El prestatario perderá el derecho al plazo y se producirá el vencimiento anticipado del contrato si concurren conjuntamente los siguientes requisitos:

a) Que el prestatario se encuentre en mora en el pago de una parte del capital del préstamo o de los intereses.

b) Que la cuantía de las cuotas vencidas y no satisfechas equivalgan al menos:

i. Al tres por ciento de la cuantía del capital concedido, si la mora se produjera dentro de la primera mitad de la duración del préstamo. Se considerará cumplido este requisito cuando las cuotas vencidas y no satisfechas equivalgan al impago de doce plazos mensuales o un número de cuotas tal que suponga que el deudor ha incumplido su obligación por un plazo al menos equivalente a doce meses.

ii. Al siete por ciento de la cuantía del capital concedido, si la mora se produjera dentro de la segunda mitad de la duración del préstamo. Se considerará cumplido este requisito cuando las cuotas vencidas y no satisfechas equivalgan al impago de quince plazos mensuales o un número de cuotas tal que suponga que el deudor ha incumplido su obligación por un plazo al menos equivalente a quince meses.

c) Que el prestamista haya requerido el pago al prestatario concediéndole un plazo de al menos un mes para su cumplimiento y advirtiéndole de que, de no ser atendido, reclamará el reembolso total adeudado del préstamo.

6. (Si ha lugar) El vencimiento anticipado del préstamo al que se refiere el número anterior puede suponer que el deudor tenga que asumir los gastos derivados de la ejecución del préstamo.

7. (Si ha lugar) Se está contratando un instrumento de cobertura del riesgo de tipo de interés ligado al préstamo, lo que puede suponer la asunción de mayores costes para el deudor.

[. . .]

§ 13

Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios

Ministerio de Economía y Hacienda
«BOE» núm. 157, de 29 de junio de 2010
Última modificación: 27 de julio de 2020
Referencia: BOE-A-2010-10315

Uno de los principios clave que inspiran toda la legislación financiera y la actividad supervisora en el ámbito del mercado de productos y servicios bancarios es la protección al cliente bancario. Este principio implica que el cliente debe disponer de información suficiente para fundamentar su decisión de contratación, y esta información debe ser veraz.

Por ello existen en el ordenamiento diversas previsiones que obligan a las entidades de crédito a ofrecer información y asumir obligaciones de transparencia. Sin embargo, estas previsiones no alcanzarían la eficacia deseada si la normativa financiera desconociera la relevancia que tiene la publicidad a la hora de que el cliente bancario tome, de forma razonada, sus decisiones.

Y este papel trascendental de la publicidad de los servicios y productos bancarios ha venido siendo uno de los aspectos de los que se ha ocupado la regulación bancaria española.

Así, y al amparo del artículo 48.2 de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito, que faculta al Ministro de Economía y Hacienda para dictar las normas necesarias para que la publicidad, por cualquier medio, de las operaciones activas y pasivas de las entidades de crédito incluya todos los elementos necesarios para apreciar sus verdaderas condiciones, regulando las modalidades de control administrativo de dicha publicidad, el Ministro de Economía y Hacienda dictó la Orden del Ministro de Economía y Hacienda, de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito, en la que se establecía, entre otras cuestiones referidas a la transparencia de las operaciones y protección de la clientela bancaria, un régimen de previa autorización para la publicidad de las operaciones y servicios bancarios en los que se aludiera a su coste o rentabilidad para el público.

Este sistema de previa autorización, que tenía un carácter excepcional, y por ello necesariamente debía ser limitado en el tiempo, se ha prolongado sin embargo durante casi dos décadas, periodo en el que los regímenes de control administrativo previo a que se refiere el artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, han quedado reducidos prácticamente a la publicidad de productos bancarios.

La singularidad de dicho régimen respecto a los países de nuestro entorno económico, su carácter parcial por cuanto sólo afecta a las operaciones bancarias pero no a las operaciones de inversión en los mercados de valores o a las operaciones de seguro, unido a que dicho régimen de autorización previa entorpece notablemente la agilidad de las ofertas

de productos y servicios que demanda el sector financiero y de valores, suponiendo una anomalía y perturbación innecesaria de la actividad empresarial, permite concluir que tal régimen debe modificarse.

En nuestro entorno comunitario, y cada vez en mayor medida en España, son comunes los sistemas de autorregulación publicitaria, sistemas que gozan de un considerable y creciente reconocimiento por parte de las autoridades comunitarias y por el propio legislador nacional.

Así, ya la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa, afirmaba que «los controles voluntarios ejercidos por organismos autónomos para suprimir la publicidad engañosa pueden evitar el recurso a una acción administrativa o judicial y que por ello deberían fomentarse». Por ello, conviene estimular la adhesión voluntaria por parte de las entidades a alguno de los organismos de autorregulación de la actividad publicitaria que, además, cumpla los requisitos establecidos por la Recomendación 98/257/CE de la Comisión, de 30 de marzo, relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo, en la medida en que ello redundará en la mejora de la calidad publicitaria en el ámbito de los servicios bancarios.

Por otra parte, las entidades, a través de su actividad publicitaria, están asumiendo una serie de riesgos específicos de carácter legal y reputacional que, al igual que los de otra naturaleza, deben cubrir adecuadamente. Teniendo en cuenta que uno de los requisitos para la realización de la actividad bancaria, de conformidad con lo establecido en la Ley 26/1988, de 29 de julio, es disponer «de una estructura organizativa adecuada, con líneas de responsabilidad bien definidas, transparentes y coherentes, así como de procedimientos eficaces de identificación, gestión, control y comunicación de los riesgos a los que estén o puedan estar expuestos, junto con mecanismos adecuados de control interno, incluidos procedimientos administrativos y contables sólidos», compete al supervisor verificar que las entidades disponen de los mecanismos de control interno necesarios para la minimización de tales riesgos.

Por ello, y teniendo también en cuenta tanto el objetivo de dar un tratamiento homogéneo a la publicidad de los distintos productos financieros, de contar con un régimen similar al de la publicidad general de productos y servicios, así como el objetivo de minimización de los riesgos de las entidades, se sustituye el actual régimen de previa autorización por un sistema de control de la publicidad basado en dos elementos: uno preventivo, a través de la elaboración de criterios específicos de la publicidad financiera que guíen su claridad y honestidad y de la exigencia de unos procedimientos y controles internos que tiendan a favorecer tal exigencia; y otro que permita la corrección de eventuales conductas inadecuadas, para lo cual el Banco de España podrá exigir el cese o la rectificación de la publicidad que no cumpla las previsiones de esta orden, y ello sin menoscabo de las acciones a que alude la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la rectificación o cese de la publicidad ilícita.

La presente orden se dicta en uso de la habilitación expresamente conferida al Ministro de Economía y Hacienda por el artículo 48.2.d) de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito. Por tanto, conforme al apartado 3 del mismo artículo, las disposiciones que, en el ejercicio de sus competencias, puedan dictar las comunidades autónomas sobre las materias contempladas en esta orden no podrán ofrecer un nivel de protección de la clientela inferior.

En su virtud, de acuerdo con el Consejo de Estado, dispongo:

Artículo 1. *Objeto.*

La presente orden tiene por objeto establecer las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria de los productos y servicios bancarios y habilitar al Banco de España para su desarrollo.

Artículo 2. *Definición de actividad publicitaria.*

1. A los efectos de lo dispuesto en esta orden se considera actividad publicitaria toda forma de comunicación por la que se ofrezcan productos o servicios bancarios, o se divulgue

información sobre ellos, cualquiera que sea el medio de difusión que se utilice: prensa, radio, televisión, correo electrónico, Internet u otros medios electrónicos, carteles interiores o exteriores, vallas, octavillas, circulares y cartas que formen parte de una campaña de difusión, llamadas telefónicas, visitas a domicilio o cualquier otro sistema de divulgación.

Asimismo, se considerarán actividades publicitarias aquellas comunicaciones destinadas a llamar la atención del público sobre servicios de gestión o de otro tipo, que presten las entidades con carácter adicional o en relación con otros productos o servicios bancarios, que no tengan la condición de servicios de inversión.

2. No se consideran actividades publicitarias y, por tanto, quedan excluidas de esta orden:

a) Las campañas publicitarias corporativas, entendiendo por tales las que contienen exclusivamente información genérica sobre una entidad o su objeto social que estén destinadas a darse a conocer al público.

b) Aquellos contenidos informativos que figuren en las páginas propias de la entidad en Internet, o en otro medio de difusión, que resulten necesarios para llevar a cabo la contratación de una operación.

c) Las informaciones que sobre las características específicas de las operaciones figuren en las páginas operativas de la entidad en Internet en las cuales se lleven a cabo.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

Queda sujeta al cumplimiento de las normas contenidas en la presente orden la actividad publicitaria dirigida a clientes o potenciales clientes en territorio español por parte de:

a) Cualquier entidad de crédito, establecimiento financiero de crédito, entidad de pago o de dinero electrónico española, extranjera o domiciliada en otro Estado miembro de la Unión Europea, que opere, en su caso, mediante sucursal, agente, intermediario o en régimen de libre prestación de servicios en relación con productos y servicios bancarios, incluidos los servicios de pago, distintos de los instrumentos financieros y servicios de inversión contemplados en la Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión, y

b) Cualquier prestamista inmobiliario, intermediario de crédito inmobiliario o representante designado definido en los artículos 4.2) y 4.5) de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, español o extranjero que opere mediante sucursal, agente, o en régimen de libre prestación de servicios.

Artículo 4. *Normas, principios y criterios generales. Políticas de comunicación comercial.*

1. La publicidad sujeta a esta orden deberá ser clara, suficiente, objetiva y no engañosa y deberá quedar explícito y patente el carácter publicitario del mensaje.

Todo documento o folleto con carácter publicitario de una entidad deberá incluir el término «publicidad» de manera clara y resaltada respecto del texto en el que se inserte.

2. El Banco de España determinará los demás principios generales a los que debe ajustarse la publicidad y los criterios generales sobre el contenido mínimo y formato del mensaje publicitario y cualquier otro aspecto que pueda afectar al carácter equilibrado y objetivo de la publicidad. Especificará, en todo caso, la forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios a efectos de que ni se omita ningún dato relevante sobre los productos y servicios bancarios ni, de ningún modo, se induzca a error de sus destinatarios.

Las denominaciones de los productos y servicios bancarios estarán sujetas, con las particularidades que sean precisas, a las mismas disposiciones, criterios y principios establecidos en esta orden y a los que pudiera establecer el Banco de España.

3. Dentro de los procedimientos y controles internos exigibles de conformidad con el artículo 29.1.c) de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, las entidades incluirán los necesarios para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos a los que estén o puedan estar expuestas derivados de su actividad publicitaria.

A tal efecto, las entidades deberán contar con una política de comunicación comercial que, entre otros objetivos, incluya los criterios y procedimientos adecuados para asegurar

que la entidad cumple con las normas, principios y criterios generales establecidos en la normativa que le resulte aplicable.

4. Al elaborar los criterios preventivos a que se refiere el apartado anterior, las entidades deberán considerar, de manera proporcionada a la complejidad del producto o servicio bancario ofrecido y a las características del medio de difusión utilizado, los principios generales que el Banco de España determine en desarrollo de esta orden.

5. Además de lo anterior, y con independencia del cumplimiento de lo establecido en la normativa general sobre publicidad:

a) La publicidad que realicen las entidades de crédito sobre depósitos y créditos en la que se aluda explícitamente a su coste o rentabilidad para el público deberá expresar su coste o rendimiento en términos de tasa anual equivalente (TAE). Sin perjuicio de lo previsto al efecto en la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, para el cálculo de la TAE se utilizará la expresión matemática y las reglas que establezca el Banco de España. Cuando se utilicen referencias a índices de tipos de interés, éstas deberán ser actualizadas.

b) Cuando la publicidad de una entidad englobe cualquier tipo de oferta de operaciones, productos o servicios a realizar por otra empresa, deberá contener la mención expresa de esta empresa.

c) Asimismo, cuando la entidad convenga con una empresa que no sea una de las recogidas en el artículo 3, que ésta oferte por medio de cualquier forma de publicidad sus productos o servicios, deberá asegurarse de que esta publicidad indique con claridad la entidad cuyos servicios se ofrezcan, siendo también su responsabilidad el cumplimiento de los requisitos y obligaciones que se establecen en esta orden.

d) El ejemplo representativo a que se refiere el artículo 6.2 de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, deberá ser determinado de conformidad con los siguientes criterios:

1.º El capital inicial del préstamo empleado para la elaboración del ejemplo será de un mínimo de 100.000 euros o, a partir de dicho importe, un múltiplo de 50.000 euros, con un máximo de 300.000 euros.

2.º El plazo de amortización empleado para la elaboración del ejemplo será de un mínimo de 10 años o, a partir de dicho plazo, un múltiplo de 5 años, con un máximo de 30 años.

3.º Cuando el anuncio mencione una tarifa promocional o condiciones especiales de uso que deriven del funcionamiento normal del préstamo en cuestión, aplicable de forma temporal, el ejemplo representativo deberá ilustrar las condiciones normales de ejecución del contrato de préstamo.

4.º El ejemplo representativo indicará que tiene tal condición.

e) Cuando la publicidad de una entidad se refiera al crédito señalado en el artículo 33 bis de la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios, el ejemplo representativo deberá ser determinado de conformidad con los siguientes criterios:

1.º El límite del crédito disponible será de 1.500 euros.

2.º El plazo de amortización empleado para la elaboración del ejemplo será 4 años.

3.º Se considerará que el límite del crédito concedido se devolverá mediante 48 cuotas mensuales iguales calculadas con arreglo al sistema de amortización de cuota constante.

4.º Cuando el anuncio mencione una tarifa promocional o condiciones especiales de uso que deriven del funcionamiento normal del crédito en cuestión, aplicable de forma temporal, el ejemplo representativo deberá ilustrar las condiciones normales de ejecución del contrato de crédito.

5.º El ejemplo representativo indicará que tiene tal condición.

Artículo 5. *Control de la publicidad y régimen sancionador.*

1. Con independencia de las acciones que le puedan corresponder en el marco de lo previsto por la legislación general de publicidad, el Banco de España tendrá la potestad administrativa de requerir la cesación o rectificación de la publicidad que no se ajuste a la normativa reguladora de los productos y servicios bancarios a los que se refiere esta orden o

a lo dispuesto en la misma y en las normas que en desarrollo de ella dicte el propio Banco de España. En su caso, la rectificación se efectuará por los mismos medios empleados para la difusión de la campaña y con idéntico alcance. Esta medida se adoptará sin perjuicio de las responsabilidades en que pudiera haber incurrido la entidad con arreglo al régimen sancionador establecido en la Ley 26/1988, de 29 de julio.

Adicionalmente a lo anterior, el Banco de España queda facultado para requerir que se incluyan en dicha publicidad cuantas advertencias estime necesarias con relación al producto o servicio publicitado.

2. Toda la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria de las sujetas a lo previsto en esta orden se conservará y anotará en un registro interno que se custodiará en las oficinas centrales de la entidad de crédito, de acuerdo con lo que determine el Banco de España.

3. El Banco de España podrá efectuar los requerimientos a que se refieren los párrafos anteriores en cualquier momento desde el comienzo hasta el fin de la actividad publicitaria y, en caso de rectificación hasta 6 meses después de finalizada la misma, en la forma en que el propio Banco de España determine.

4. Las entidades, así como quienes ostenten cargos de administración o dirección en las mismas, que infrinjan las obligaciones previstas en esta orden o en la normativa que la desarrolle incurrirán en responsabilidad administrativa sancionable con arreglo a lo dispuesto en el título I de la Ley 26/1988, de 29 de julio.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Queda derogado el capítulo III de la Orden de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito.

Asimismo quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a la presente norma.

Disposición adicional única. *Actividad publicitaria de las entidades de pago.*

Queda sujeta a lo previsto en esta norma, a excepción de su artículo 4.3, la actividad publicitaria relativa a la prestación de servicios de pago que realicen las entidades de pago reguladas por la Ley 16/2009, de 13 de noviembre, de servicios de pago.

Disposición final primera. *Habilitación normativa.*

Se habilita al Banco de España para dictar las normas precisas para el desarrollo y ejecución de esta orden.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 14

Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión

Ministerio de Economía y Hacienda
«BOE» núm. 157, de 29 de junio de 2010
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2010-10314

Uno de los principios clave que inspiran toda la legislación financiera y la actividad supervisora en el ámbito del mercado de valores es la protección al inversor. Este principio implica que el inversor debe disponer de información suficiente para fundamentar su decisión de inversión, y esta información debe ser veraz. Por ello existen en el ordenamiento diversas previsiones que obligan a los actores de los mercados de valores a ofrecer información y asumir obligaciones de transparencia. Sin embargo, estas previsiones no alcanzarían la eficacia deseada si la normativa financiera desconociera la relevancia que tiene la publicidad a la hora de que el inversor forme, razonadamente, sus decisiones.

De este modo, el papel trascendental de la publicidad de los servicios financieros y la importancia de que se ajuste a unos principios y sea controlada se ve reflejado en diversas disposiciones. En el ámbito del mercado de valores, la exigencia de que la publicidad se ajuste a unos principios y sea controlada procede de varias normas comunitarias. En este sentido, cabe destacar las previsiones contenidas en el artículo 15 de la Directiva 2003/71/CE del Parlamento Europeo y el Consejo, de 4 de noviembre de 2003, sobre el folleto que debe publicarse en caso de oferta pública o admisión a cotización de valores y por la que se modifica la Directiva 2001/34/CE, en cuyo apartado seis se establece que la autoridad competente debe estar facultada para controlar que la actividad publicitaria de una oferta pública de valores o una admisión a cotización en un mercado regulado respeta los principios de la Directiva. Igualmente, el artículo 19.2 de la Directiva 2004/39/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril, relativa a los mercados de instrumentos financieros, por la que se modifican las Directivas 85/611/CEE y 93/6/CEE del Consejo y la Directiva 2000/12/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se deroga la Directiva 93/22/CEE del Consejo, establece que toda la información, incluidas las comunicaciones publicitarias, dirigidas por la empresa de servicios de inversión a los clientes o posibles clientes, habrán de ser imparciales, claras y no engañosas, además de identificables como comunicaciones de naturaleza publicitaria. Y en concreto, cuando se trata de comunicaciones publicitarias dirigidas a inversores minoristas, las condiciones que deben cumplir dichas comunicaciones se encuentran desarrolladas en el artículo 27 de la Directiva 2006/73/CE, de la Comisión, de 10 de agosto, por la que se aplica la Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a los requisitos organizativos y las condiciones de funcionamiento de las empresas de inversión, y términos definidos a efectos de dicha Directiva.

Estas previsiones genéricas del derecho comunitario han sido incorporadas a nuestro ordenamiento en el artículo 79 bis de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, en el artículo 60 del Real Decreto 217/2008, de 15 de febrero, sobre el régimen jurídico de las empresas de servicios de inversión y demás entidades que prestan servicios de inversión y por el que se modifica parcialmente el Reglamento de la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de instituciones de inversión colectiva, aprobado por el Real Decreto 1309/2005, de 4 de noviembre, y en el artículo 28 del Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores en materia de admisión a negociación de valores en mercados secundarios oficiales, de ofertas públicas de venta o suscripción y del folleto exigible a tales efectos, si bien hasta la fecha no se encontraban completamente desarrolladas.

Adicionalmente, el artículo 94 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores habilita al Ministro de Economía y Hacienda y, con su habilitación expresa, a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en adelante, CNMV), para que determine los casos en que la publicidad de las actividades sujetas a la citada ley estarán sometidas a autorización o a otra modalidad de control administrativo a cargo de la CNMV. Asimismo, dicho artículo contiene una habilitación para aprobar, en general, las normas especiales a que habrá de sujetarse la publicidad. Similares habilitaciones en favor del Ministro de Economía y Hacienda y la CNMV se encuentran en el artículo 18.4 de la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva, respecto de las actividades publicitarias dirigidas a promover la suscripción o adquisición de participaciones o acciones de instituciones de inversión colectiva.

Por ello, esta orden se dicta con el objeto de concretar el desarrollo de tales habilitaciones.

Para lograr este objetivo, por un lado se define el ámbito de las actividades sujetas a control, esto es, en qué casos la publicidad se somete al control de la CNMV, y qué ha de entenderse por publicidad.

Por otro lado, se enuncian las normas especiales y los principios y criterios básicos que rigen la publicidad de los productos y servicios del mercado de valores y se habilita a la CNMV para que proceda a su desarrollo mediante Circular, configurando la regulación que permitirá a la CNMV ejercer potestades administrativas de control sobre la misma, incluyendo la de requerir el cese o rectificación de la actividad publicitaria en ciertos casos.

Además, se tiene en cuenta que las empresas de servicios de inversión y el resto de entidades que prestan servicios de inversión, a través de su actividad publicitaria, están asumiendo una serie de riesgos específicos de carácter legal y de reputación que, al igual que los de otra naturaleza, deben cubrir adecuadamente. Teniendo en cuenta que uno de los requisitos para la realización de la actividad de prestación de servicios de inversión, de conformidad con lo establecido en el artículo 70 ter de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, es disponer de técnicas eficaces de valoración de los riesgos para la entidad, compete al supervisor verificar que las entidades disponen de los mecanismos necesarios para la gestión de tales riesgos.

Además, en nuestro entorno comunitario, y cada vez en mayor medida en España, son comunes los sistemas de autorregulación publicitaria, sistemas que gozan de un considerable y creciente reconocimiento por parte de las autoridades comunitarias y por el propio legislador nacional. Así ya la Directiva 84/450/CEE del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros sobre publicidad engañosa, afirmaba que «los controles voluntarios ejercidos por organismos autónomos para suprimir la publicidad engañosa pueden evitar el recurso a una acción administrativa o judicial y que por ello deberían fomentarse».

Así, se establece el desarrollo necesario para el ejercicio por la CNMV de facultades administrativas en dos ámbitos diferenciados. Por un lado, cuando la publicidad se refiera a ofertas de venta o suscripción de instrumentos financieros respecto, de las que se haya registrado o se vaya a registrar un folleto, o en las que intervenga una entidad habilitada para prestar servicios de inversión, la CNMV, podrá requerir la cesación o rectificación de la publicidad que no se ajuste a la normativa reguladora de los instrumentos, productos y

servicios de inversión y actividades, así como podrá requerir la inclusión de advertencias en dicha publicidad. Asimismo, la CNMV podrá realizar advertencias públicas por sí misma.

Por otro lado, cuando la publicidad se refiera a ofertas de venta o suscripción de valores respecto de las que no se haya registrado ni se vaya a registrar un folleto informativo y en las que no intervenga una entidad habilitada para prestar servicios de inversión, corresponderá a la CNMV la potestad de requerir la inclusión en la publicidad de advertencias relativas a la ausencia de control por la CNMV, así como recomendaciones a los inversores para que recaben información adicional sobre su naturaleza y características y la de realizar advertencias públicas por sí misma.

En su virtud, de acuerdo con el Consejo de Estado, dispongo:

Artículo 1. *Objeto.*

La presente orden tiene por objeto establecer las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria de los instrumentos financieros y servicios de inversión y habilitar a la CNMV para su desarrollo.

Artículo 2. *Definición de actividad publicitaria.*

1. Se considera actividad publicitaria toda forma de comunicación dirigida al público en general con el fin de promover, directamente o a través de terceros, la contratación de un determinado servicio o actividad de inversión, o bien la suscripción o adquisición de instrumentos financieros incluidos en el ámbito de aplicación de esta orden, así como aquellas comunicaciones que realice cualquier parte interesada en el curso de una oferta pública de adquisición de valores con el objeto de influir en el resultado de la misma, siempre que no se trate de comunicaciones ya contempladas en el Real Decreto 1066/2007, de 27 de julio, sobre el régimen de las ofertas públicas de adquisición de valores.

En el caso de la suscripción o adquisición de valores emitidos por instituciones de inversión colectiva, entidades de capital riesgo o fondos de titulización, tal comunicación se considerará publicidad aunque, por cualquier circunstancia, en ese momento no sea posible la suscripción o adquisición inmediata de dichos valores.

Asimismo, se considerarán actividades publicitarias sujetas a la presente orden aquellas comunicaciones destinadas a llamar la atención del público sobre las actividades de gestión o comercialización de instituciones de inversión colectiva, de entidades de capital riesgo o de fondos de titulización que lleve a cabo una entidad, aunque la comunicación no se refiera de forma individualizada a una institución concreta.

2. Se considerará actividad publicitaria la comunicación descrita en el apartado anterior con independencia del medio utilizado para su difusión: prensa, radio, televisión, correo electrónico, Internet u otros medios telemáticos, carteles interiores o exteriores, vallas, octavillas, circulares y cartas que formen parte de una campaña de difusión, llamadas telefónicas, visitas a domicilio o cualquier otro sistema de divulgación.

3. No se consideran actividades publicitarias, y por tanto quedan excluidas de esta orden:

a) Las campañas publicitarias corporativas entendiendo por tales las que contienen exclusivamente información genérica sobre una entidad o su objeto social que estén destinadas a darse a conocer al público, siempre que no se encuentren relacionadas con una oferta pública de valores o instrumentos financieros ni supongan una apelación a la adquisición de los mismos en mercados secundarios. No se considerarán institucionales las actividades descritas en el tercer párrafo del primer apartado.

b) Documentación o informaciones que se proporcionen en las presentaciones a analistas o inversores institucionales, realizadas por representantes de entidades, emisores o los aseguradores durante el período de colocación, con el propósito de conocer el interés de los inversores institucionales de una oferta.

c) Publicaciones periódicas que emitan los analistas sobre los instrumentos o servicios financieros incluyendo, entre otras publicaciones, informes de análisis y recomendaciones de inversión.

Artículo 3. *Ámbito.*

1. Queda sujeta al cumplimiento de las normas contenidas en la presente orden la actividad publicitaria dirigida a inversores residentes en España, que se refiera a:

a) Instrumentos financieros, incluidos en el ámbito del artículo 2 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.
b) Cualesquiera otros productos financieros sometidos a la supervisión de la CNMV y no incluidos en la letra anterior.
c) Servicios de inversión y auxiliares y actividades accesorias y reservadas prestados en el ámbito de los anteriores instrumentos financieros, según queden definidos por la normativa vigente en cada momento.
d) La actividad de gestión de instituciones de inversión colectiva, de entidades de capital riesgo y de fondos de titulización.

2. La presente orden no será de aplicación a las personas y entidades que se enumeran en el artículo 14 del Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, en materia de admisión a negociación de valores en mercados secundarios oficiales, de ofertas públicas de venta o suscripción y del folleto exigible a tales efectos.

Artículo 4. *Normas, principios y criterios generales. Políticas de comunicación comercial.*

1. La publicidad sujeta a la presente orden deberá ser clara, suficiente, objetiva y no engañosa y deberá quedar explícito y patente el carácter publicitario del mensaje. En particular, las comunicaciones publicitarias dirigidas a clientes minoristas, según se definen en el artículo 78 bis de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, incluidos los clientes potenciales,difundidas de tal manera que probablemente sean recibidas por los mismos, deberán cumplir con las condiciones establecidas en el artículo 60 del Real Decreto 217/2008 de 15 de febrero, sobre el régimen jurídico de las empresas de servicios de inversión y de las demás entidades que prestan servicios de inversión y por el que se modifica parcialmente el Reglamento de la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva, aprobado por el Real Decreto 1309/2005, de 4 de noviembre, con las adaptaciones que pueda establecer la CNMV, para el caso de que se trate de empresas distintas de las empresas de servicios de inversión.
2. La CNMV determinará los demás principios generales a los que debe ajustarse la publicidad y los criterios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario y cualquier otro aspecto que pueda afectar al carácter ponderado y objetivo de la publicidad. Especificará, en todo caso, la forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios a efectos de que ni se omita ningún dato relevante sobre los productos y servicios financieros ni, de ningún modo, se induzca a error de sus destinatarios. Las denominaciones de los productos y servicios de inversión estarán sujetas, con las particularidades que sean precisas, a las mismas disposiciones, criterios y principios establecidos en esta orden y a los que pudiera establecer la CNMV.
3. Dentro de los requisitos de organización interna exigibles de conformidad con el artículo 70 ter de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, las empresas de servicios de inversión y demás entidades que presten servicios de inversión deberán contar, en relación con estos, con una política de comunicación comercial que incluya los criterios y procedimientos adecuados para asegurar que la entidad cumple con la normativa vigente en este ámbito y que le permita detectar los posibles incumplimientos de dicha normativa. Asimismo deberá hacerse constar las medidas que se adoptarán en el caso de que la CNMV requiera la cesación o rectificación de la publicidad, de acuerdo con lo establecido en el artículo 6 de esta orden.
Al elaborar los criterios preventivos a que se refiere el párrafo anterior, las empresas y entidades deberán considerar, de manera proporcionada a la complejidad del instrumento financiero ofrecido y a las características del medio de difusión utilizado, los principios generales que determine la CNMV, de acuerdo con lo establecido en el apartado 2.
4. En aquellos casos en que exista la obligación de elaborar un folleto, la publicidad deberá declarar que se ha publicado o se publicará un folleto e indicará dónde pueden, o podrán, obtenerlo los inversores. En estos supuestos, la información publicitaria deberá ser

coherente con respecto a la información contenida en el folleto, si éste ya se ha publicado, o con respecto a la información que debe figurar en él, si se publica posteriormente.

Artículo 5. *Comienzo de las actividades promocionales.*

Las actividades promocionales o campañas publicitarias de suscripción o adquisición de acciones o participaciones de instituciones de inversión colectiva no se podrán iniciar antes de que tales instituciones estén inscritas en los registros oficiales de la CNMV.

Artículo 6. *Control de la publicidad.*

1. Cuando la publicidad se refiera a ofertas de venta o suscripción de instrumentos financieros respecto de las que se haya registrado o se vaya a registrar un folleto o en las que intervenga una entidad habilitada para prestar servicios de inversión, la CNMV tendrá la potestad administrativa de requerir la cesación o rectificación de la publicidad que no se ajuste a la normativa reguladora de los instrumentos, productos y servicios de inversión y actividades a los que se refiere el artículo 2 conforme a lo dispuesto en la presente orden y en las normas que en desarrollo de ésta dicte la CNMV, conforme a las habilitaciones que contiene. En su caso, la rectificación se efectuará por los mismos medios empleados para la difusión de la campaña y con idéntico alcance. Esta medida se adoptará sin perjuicio de las responsabilidades en que pudiera haber incurrido la entidad con arreglo al régimen sancionador establecido en la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

Adicionalmente, la CNMV podrá requerir que se incluyan en dicha publicidad cuantas advertencias estime necesarias relativas al instrumento o producto publicitado, a su oferente o emisor. Si estos requerimientos no fueran atendidos podrá incurrirse en responsabilidad sancionable de acuerdo con lo establecido en la Ley 24/1984, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

El material publicitario utilizado deberá estar a disposición de la CNMV durante el plazo que ésta disponga.

2. En el supuesto de publicidad sobre ofertas de venta o suscripción de instrumentos financieros respecto de las que no se haya registrado ni se vaya a registrar un folleto informativo y en las que no intervenga una entidad habilitada para prestar servicios de inversión, la CNMV podrá requerir que incluyan en su publicidad advertencias genéricas relativas a la ausencia de supervisión y control de las mismas, así como recomendaciones a los inversores para que recaben información adicional sobre su naturaleza y características. Si estos requerimientos no fueran atendidos podrá incurrirse en responsabilidad sancionable de acuerdo con lo establecido en la Ley 24/1984, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

3. La CNMV podrá efectuar los requerimientos a que se refieren los apartados anteriores en cualquier momento desde el comienzo hasta el fin de la actividad publicitaria y, en caso de rectificación hasta seis meses después de finalizada la misma, en la forma en que la propia CNMV determine y otorgando, en todo caso, un plazo mínimo de audiencia a la entidad.

Lo establecido en los apartados anteriores se aplicará sin perjuicio de las advertencias y comunicaciones que la CNMV pueda realizar a través de sus propios medios.

4. Cuando las medidas contempladas en este artículo se ejerzan sobre entidades sujetas a la supervisión del Banco de España, deberán ser notificadas con carácter previo al citado organismo.

5. Cualquier incumplimiento de las obligaciones previstas en esta orden o en la normativa que la desarrolle, serán objeto de supervisión, inspección y sanción por parte de la CNMV, de acuerdo con lo dispuesto en el título VIII de la Ley del Mercado de Valores.

Disposición derogatoria. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a la presente orden.

Disposición final primera. *Habilitaciones normativas.*

Se habilita a la CNMV para dictar las normas precisas para el desarrollo y ejecución de esta orden.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 15

Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios

Banco de España
«BOE» núm. 193, de 15 de julio de 2020
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2020-7869

I

La publicidad constituye una pieza clave en el marco de la comercialización de productos y servicios bancarios. Con carácter general, supone el primer punto de contacto entre una entidad y su potencial cliente. A través de la publicidad, las entidades dan a conocer su oferta de productos y servicios, mediante la utilización de técnicas especializadas con el fin de incentivar su contratación, por lo que la información transmitida en los mensajes publicitarios suele tener un gran impacto en las expectativas del cliente y en el consiguiente proceso de toma de decisiones. En este contexto, la regulación de la publicidad financiera deviene un mecanismo esencial de protección de la clientela bancaria. Resulta necesario, por tanto, articular medidas regulatorias y supervisoras encaminadas a procurar que la publicidad sea clara, suficiente, objetiva y no engañosa, y que las relaciones de los clientes con sus entidades en las fases posteriores a la contratación sean menos conflictivas.

La Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, derogó el régimen de autorización previa, establecido en la Orden de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito, y lo sustituyó por un sistema de control de la publicidad basado en un doble enfoque: uno preventivo, consistente en la elaboración por el Banco de España de criterios que promuevan la claridad, suficiencia y objetividad de los mensajes publicitarios, y en el establecimiento por parte de las entidades de procedimientos y controles internos que garanticen su cumplimiento; y otro correctivo, que permita la cesación o rectificación de la publicidad sobre productos y servicios bancarios que no se ajuste a su normativa reguladora y la eventual sanción de las conductas inadecuadas.

Así, por un lado, se persigue que el control de la actividad publicitaria descanse, en parte, en las propias entidades, a través de la elaboración de políticas de comunicación comercial y del establecimiento de procedimientos adecuados para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos derivados de dicha actividad, que incluyen la adhesión voluntaria a sistemas de autorregulación publicitaria. Y, por otro, se pretende garantizar la corrección temprana de las conductas inadecuadas.

Mediante la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios, el Banco de España dictó las normas precisas para el desarrollo y ejecución de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, en ejercicio de la habilitación prevista en su disposición final primera. Dicha circular abordó

tanto la determinación de los principios y criterios generales a los que debe ajustarse la publicidad como cuestiones relacionadas con el control de la actividad publicitaria por parte de las entidades; en particular, los procedimientos y controles internos exigibles antes mencionados.

Este sistema ha reforzado la disciplina en la comercialización de productos y servicios bancarios, a través de la implicación de los órganos de gobierno de las entidades, y especialmente de las funciones de control interno, en el desarrollo de la actividad publicitaria, y ha contribuido así a mantener los estándares de calidad alcanzados durante el régimen de autorización previa anterior. No obstante, tras ocho años de control ex post de la publicidad sobre productos y servicios bancarios por parte del Banco de España, resulta oportuno revisar ciertos aspectos de su normativa reguladora, con el fin de adaptarla a la evolución del sector publicitario, principalmente como consecuencia del impacto de la tecnología digital, y garantizar asimismo una supervisión más eficaz de su cumplimiento.

II

Esta circular consta de nueve normas (estructuradas en tres capítulos), una disposición adicional, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria, tres disposiciones finales y un anejo.

El capítulo I, relativo a las disposiciones generales, introduce algunas modificaciones en el ámbito de aplicación de la norma con respecto a la circular que deroga, a fin de adaptar su contenido a los cambios introducidos en el ámbito de aplicación de la orden ministerial objeto de desarrollo por el artículo primero de la Orden ECE/482/2019, de 26 de abril, por la que se modifican la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, y la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios. Dichos cambios responden a diversos objetivos. En primer lugar, dado que el ámbito de aplicación de la orden había quedado obsoleto a raíz de la transformación acometida en el sector de entidades de crédito mediante la incorporación al ordenamiento jurídico español de diversas directivas europeas, se aclara la tipología de entidades cuya actividad publicitaria está sujeta al cumplimiento de la normativa sectorial sobre publicidad de productos y servicios bancarios. En segundo lugar, se extiende la aplicación de las reglas de publicidad de la actividad bancaria a los prestamistas y a los intermediarios de crédito inmobiliario, con la finalidad de asegurar que la misma actividad se rige por las mismas normas, independientemente de quién la realice. Finalmente, tratándose de normas de conducta cuyo propósito es regular la publicidad de productos y servicios susceptibles de generar riesgos para el patrimonio de las personas y que, por tanto, caen en el ámbito del orden público, se especifica que el ámbito de aplicación subjetivo incluye tanto las entidades financieras españolas como las entidades extranjeras que realicen actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios en territorio español mediante sucursal, agente o en régimen de libre prestación de servicios.

Por otra parte, a fin de facilitar la interpretación y aplicación de la norma, se introducen definiciones y se desarrolla en profundidad el concepto de actividad publicitaria sujeta a lo previsto en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, y en la circular.

El capítulo II establece una serie de normas dirigidas a reforzar el control de la actividad publicitaria. En particular, se determinan con mayor precisión los principios y criterios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario a los que deberá ajustarse la publicidad sobre productos y servicios bancarios. Asimismo, se introduce, como novedad, un régimen específico para la publicidad emitida a través de medios audiovisuales o radiofónicos y para la publicidad en medios digitales y redes sociales. Todo ello ha sido objeto de una profunda revisión y sistematización en el anejo.

Adicionalmente, se detallan los procedimientos y controles internos exigibles a las entidades y se concretan las características y el contenido mínimo del registro interno en el que estas anotarán y conservarán toda la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria. Por último, se mantiene la posibilidad, prevista en la anterior circular, de adhesión voluntaria por parte de las entidades a sistemas de autorregulación publicitaria como una de las formas de acreditar que cuentan con controles para garantizar que su publicidad se ajusta a lo previsto en la normativa reguladora de la publicidad sobre productos

y servicios bancarios, siempre que hagan un uso suficiente de sus herramientas de control previo voluntario.

El capítulo III regula el procedimiento mediante el cual el Banco de España, en ejercicio de su función supervisora, prevista en el artículo 50 de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, y de la potestad administrativa que le atribuye el artículo 5.1 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, podrá requerir el cese o la rectificación de la publicidad bancaria que no se ajuste a lo previsto en esta circular. Todo ello sin perjuicio de la aplicación, cuando proceda, del régimen sancionador previsto en la normativa exigible a las entidades sujetas a su ámbito de aplicación.

En la disposición adicional se introduce una obligación de notificación de inicio de actividad publicitaria para aquellas entidades que realicen por primera vez publicidad sobre productos y servicios bancarios en territorio español.

En la disposición transitoria primera se prevé que mantendrán su vigencia los efectos de las comunicaciones de adhesión a sistemas de autorregulación publicitaria remitidas al Banco de España con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de esta circular.

Para garantizar la seguridad jurídica y, a su vez, asegurar que las entidades cuentan con plazo suficiente para adaptar sus procedimientos a los nuevos requisitos organizativos exigibles en relación con las obligaciones de registro de la publicidad, en la disposición transitoria segunda se establece que, hasta la entrada en vigor de la norma 7, conforme a lo dispuesto en la disposición final tercera, mantendrá su vigencia lo previsto en el apartado 4 de la norma tercera y en el apartado 1 de la norma cuarta de la Circular 6/2010, de 28 de septiembre.

En la disposición final primera se introducen modificaciones a la Circular 6/2001, de 29 de octubre, sobre titulares de establecimientos de cambio de moneda, al objeto de actualizar y reforzar las obligaciones de transparencia exigibles a los establecimientos que realicen operaciones de compra y venta de billetes extranjeros o cheques de viajero contra euros.

Al objeto de asegurar una interpretación de la norma coherente y armonizada y de facilitar la adaptación de los procedimientos internos de las entidades, en la disposición final segunda se prevé la elaboración por el Banco de España de las especificaciones técnicas que deberá reunir el registro interno, con arreglo a un formato normalizado.

Igualmente, por los motivos señalados, y con el fin de asegurar una transición ordenada a la nueva regulación, en la disposición final tercera se establecen dos excepciones a la fecha de entrada en vigor de la circular. Así, las obligaciones de registro definidas en la norma 7 entrarán en vigor a los seis meses de la publicación por el Banco de España de las especificaciones técnicas previstas en la disposición final segunda, mientras que la obligación de notificación de inicio de actividad publicitaria recogida en la disposición adicional única entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Finalmente, en el anejo se regulan los principios generales a los que deberá ajustarse la actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios y se establecen, asimismo, una serie de reglas y criterios generales sobre el contenido mínimo y el formato del mensaje publicitario, para promover, entre otros aspectos, el carácter equilibrado y objetivo de la publicidad.

Esta circular se dicta en el ejercicio de la habilitación normativa atribuida al Banco de España en la disposición final primera y en los artículos 4 y 5 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, y de conformidad con los principios establecidos en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las Administraciones Públicas.

En particular, la circular cumple con los principios de necesidad y eficacia, al tratarse de una disposición que, en esencia, sustituye la normativa existente con el fin de mejorar su contenido, lo adapta a las nuevas tendencias en publicidad digital y refuerza el control interno de los riesgos derivados de la actividad publicitaria por parte de las entidades. Se atiende también a los principios de proporcionalidad, de seguridad jurídica y de eficiencia establecidos en la citada ley, puesto que se prevén únicamente aquellas medidas y requisitos imprescindibles para dar cumplimiento efectivo al mandato encomendado al Banco de España en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio. Asimismo, se ha procedido a racionalizar, precisar y sistematizar el contenido de la circular que se deroga, con el fin de

facilitar su conocimiento y comprensión por parte de sus destinatarios y contribuir a mantener un marco normativo estable, predecible, integrado y claro, que otorgue un nivel de protección adecuado a la clientela y evite cargas administrativas innecesarias a las entidades.

Por último, conforme a lo dispuesto en el artículo 8 de la Resolución de 28 de marzo de 2000, del Consejo de Gobierno del Banco de España, por la que se aprueba el Reglamento Interno del Banco de España, en aplicación del principio de transparencia, la circular se ha sometido a los procedimientos de consulta, audiencia e información públicas regulados en el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, mediante el acceso a los documentos propios de su tramitación en el sitio web del Banco de España, de forma que los potenciales destinatarios de la norma y los interesados en general han tenido la oportunidad de manifestar sus observaciones durante el procedimiento de elaboración.

En consecuencia, en uso de las facultades que tiene concedidas, el Consejo de Gobierno del Banco de España, a propuesta de la Comisión Ejecutiva, y de acuerdo con el Consejo de Estado, ha aprobado la presente circular, que contiene las siguientes normas:

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Norma 1. *Objeto.*

El objeto de esta circular es desarrollar las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria que se refiera a productos y servicios bancarios, incluidos los servicios de pago, distintos de los instrumentos financieros y servicios de inversión contemplados en la Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión, todo ello de conformidad con lo previsto en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios.

Norma 2. *Definiciones.*

A los efectos de lo previsto en esta circular, se entenderá por:

a) «Actividad publicitaria»: toda forma de publicidad, según se define en el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, realizada por las entidades en el ámbito de su actividad, independientemente de los medios de comunicación, soportes y formatos publicitarios utilizados para su difusión, tales como, entre otros, televisión y cine (anuncios, publirreportajes, programas patrocinados, emplazamiento publicitario, etc.), radio (cuñas, ráfagas, microprogramas, etc.), prensa, todo tipo de publicidad exterior (vallas fijas y móviles, cartelería, transportes públicos, mobiliario urbano, etc.), publicidad a través de Internet y dispositivos móviles (banners, botones, ventanas emergentes, anuncios animados, vídeos publicitarios, boletines informativos, publicidad en buscadores y redes sociales, mensajes de texto, mensajes multimedia, aplicaciones, códigos QR, etc.), publicidad directa (buzoneo, cartas personalizadas, marketing por correo electrónico, marketing telefónico, cupones, etc.), publicidad en el lugar de venta (estands, expositores, rótulos, displays publicitarios, adhesivos de suelo, proyecciones audiovisuales, etc.), folletos, catálogos, regalos promocionales, campañas de fidelización, actos de patrocinio o cualquier otra forma de comunicación comercial.

b) «Campaña publicitaria»: conjunto de actuaciones que tienen por objetivo publicitar un producto o servicio bancario a través de una única pieza o de una serie de piezas publicitarias diferentes, pero agrupadas en el tiempo y relacionadas entre sí, que se difunden a través de diversos medios durante un período concreto.

c) «Comunicación comercial»: cualquier forma de transmisión de información, verbal o visual, destinada a promocionar, directa o indirectamente, a través de textos, imágenes y/o sonidos, la contratación de productos y servicios bancarios.

d) «Entidades»: las entidades previstas en la norma 4, cuando realicen actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios.

e) «Grupo de entidades»: un grupo de empresas en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio o de los artículos 4, 5, 6 y 7 del Reglamento Delegado (UE) n. 241/2014 de la Comisión, de 7 de enero de 2014, por el que se completa el Reglamento (UE) n. 575/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a las normas técnicas de regulación aplicables a los requisitos de fondos propios de las entidades, que estén vinculadas entre sí por una relación a tenor del artículo 10.1 o del 113.6 o 113.7 del Reglamento (UE) n. 575/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2013, sobre los requisitos prudenciales de las entidades de crédito y las empresas de inversión, y por el que se modifica el Reglamento (UE) n. 648/2012.

f) «Mensaje publicitario»: información incluida en una comunicación comercial que se dirige a captar la atención del destinatario con el objetivo de que este adquiera o utilice un producto o servicio bancario.

g) «Pieza publicitaria»: formato específico (cuña, anuncio televisivo, banner, cartelería, etc.) a través del cual se transmite un mensaje publicitario en función del medio de comunicación o soporte publicitario utilizado.

h) «Pieza publicitaria con contenido diferencial»: formato específico, diseñado en el marco de una campaña publicitaria para ser difundido a través de un medio de comunicación o soporte publicitario concreto, en el que los textos incluidos en el mensaje publicitario que puedan afectar a la adecuada comprensión de las características del producto o servicio bancario ofertado (en particular, los datos informativos relativos a su naturaleza, su coste o rentabilidad y las advertencias legales, o sus condiciones de visibilidad) difieren de manera esencial de los de otras piezas publicitarias diseñadas en ese mismo formato y para esa misma campaña (por ejemplo, introduciendo nuevas condiciones o requisitos para acceder al producto o servicio bancario o variando significativamente la forma de presentar la información). A estos efectos, se entenderá que las piezas publicitarias que sean variaciones de otra pieza, en las que simplemente se actualicen las condiciones económicas ofertadas o se omita parte de la información a fin de adaptarla a distintos tamaños o espacios de duración, no tienen la consideración de pieza publicitaria con contenido diferencial, sin perjuicio de la obligación de la entidad de asegurar que estas cumplen con lo previsto en la circular.

i) «Proveedor de servicios»: tercero que realiza un proceso, servicio o actividad para la entidad, o partes de estos, en el ámbito de la actividad publicitaria, con arreglo a un contrato publicitario, según se regulan en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, un contrato de prestación de servicios o un acuerdo de externalización.

Norma 3. *Ámbito objetivo.*

1. Queda sujeta a lo previsto en esta circular la actividad publicitaria, dirigida a clientes o potenciales clientes en territorio español, en la que se ofrezcan productos o servicios bancarios o se divulgue información sobre ellos.

Se considerará actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios aquella en la que se llame la atención del público sobre servicios de gestión, o de otro tipo, que presten las entidades con carácter adicional o en relación con otros productos o servicios bancarios.

2. De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, no tendrán la consideración de actividad publicitaria sobre productos o servicios bancarios:

a) Las campañas o piezas publicitarias dirigidas exclusivamente a divulgar información corporativa, como la relacionada con la situación y gestión de la entidad (estructura organizativa, indicadores fundamentales de carácter financiero y no financiero, responsabilidad social corporativa, etc.) o su objeto social, con el propósito de darse a conocer al público.

b) Los contenidos informativos que resulten precisos para la contratación de un producto o servicio bancario, o para la realización de una operación, tales como la información precontractual y contractual, incluidas en las páginas de contenido general o transaccionales del sitio web de la entidad que den soporte a la ejecución de dichas operaciones.

c) Las informaciones, ejemplos, simulaciones o advertencias legales sobre las características específicas de las concretas operaciones solicitadas por el usuario (coste,

plazos de ejecución, etc.) incluidas en las páginas transaccionales del sitio web de la entidad que den soporte a la ejecución de dichas operaciones.

3. Las comunicaciones sobre los productos o servicios bancarios contratados que las entidades vienen obligadas a facilitar a sus clientes en el marco de la relación contractual, así como las que contengan únicamente información relativa a sus funcionalidades técnicas u operativas, se regirán por lo previsto en su normativa específica.

Norma 4. *Ámbito de aplicación subjetivo.*

1. Esta circular será de aplicación a la actividad publicitaria de las siguientes entidades:

a) Las entidades de crédito.
b) Las entidades de dinero electrónico.
c) Las entidades de pago.
d) Los establecimientos financieros de crédito, incluidos los autorizados para operar como entidades de pago híbridas o entidades de dinero electrónico híbridas.
e) Los prestamistas inmobiliarios, los intermediarios de crédito inmobiliario o los representantes designados, según se definen en los artículos 4.2), 4.5) y 4.8) de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario.
f) Las entidades indicadas en las letras a), b), c) y e) anteriores que estén autorizadas en un Estado miembro de la Unión Europea o en un tercer Estado, cuando operen en España mediante sucursal, agente o intermediario establecido en territorio nacional.

2. La actividad publicitaria de las entidades señaladas en las letras a), b), c) y e) del apartado anterior que estén autorizadas en un Estado miembro de la Unión Europea, cuando operen en España en régimen de libre prestación de servicios, o que estén autorizadas en un tercer Estado, cuando operen en España sin sucursal, deberá ajustarse únicamente a lo previsto en las normas 5, 8 y 9, en la disposición adicional única y en el anejo de esta circular.

CAPÍTULO II

Control de la publicidad

Norma 5. *Contenido y formato del mensaje publicitario.*

1. La publicidad de los productos y servicios bancarios deberá respetar las previsiones de esta circular, sin perjuicio del cumplimiento de lo previsto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, y demás normas reguladoras de la publicidad de general aplicación; en las normas reguladoras de los productos y servicios bancarios que contengan disposiciones específicas en relación con la actividad publicitaria, y en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio.
2. Al diseñar las campañas publicitarias, y cada una de las piezas publicitarias que las integran, las entidades se ajustarán a lo previsto en el anejo. A estos efectos, tendrán en cuenta, en todo caso, la naturaleza y la complejidad del producto o servicio bancario ofrecido, las características de los medios de difusión utilizados y el público objetivo al que se dirijan.

Norma 6. *Política de comunicación comercial. Procedimientos y controles internos.*

1. Las entidades deberán contar con una política de comunicación comercial, a fin de garantizar el adecuado cumplimiento de lo previsto en esta circular. Dicha política recogerá expresamente:

a) Una descripción de la actividad publicitaria desarrollada por la entidad.
b) Los principios y criterios generales recogidos en el anejo, así como una relación de la normativa aplicable a la actividad publicitaria de la entidad.
c) La designación de las áreas funcionales de la entidad que serán responsables de la revisión interna de las piezas publicitarias a los efectos de llevar a cabo un adecuado control del contenido de las campañas.

d) Una descripción detallada de los procedimientos y controles internos establecidos por la entidad para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos derivados de su actividad publicitaria, en la que se especificará el modo en el que se garantiza el conocimiento de la política de comunicación comercial por parte de todas las áreas involucradas en dicha actividad. Como parte de estos controles, se incluirán, entre otros, los necesarios para:

1.º Garantizar que el contenido y el formato de los mensajes publicitarios se ajustan a lo previsto en esta circular y, en particular, que se adaptan a las características del colectivo al que se dirigen.

2.º Asegurar la revisión de las piezas publicitarias por parte de las áreas funcionales de la entidad designadas a estos efectos en la política de comunicación comercial.

3.º Crear y mantener un registro interno actualizado de las campañas publicitarias, de conformidad con lo previsto en la norma 7.

4.º Cuando proceda, llevar a cabo un control y seguimiento efectivo del desempeño de sus proveedores de servicios en el ámbito de la actividad publicitaria y, en su caso, de la utilización por parte de la entidad de las herramientas de control previo del sistema de autorregulación publicitaria al que estuviera adherida, de conformidad con lo previsto en la política de comunicación comercial.

5.º Garantizar la ejecución en tiempo y forma del cese o rectificación de las piezas publicitarias a requerimiento del Banco de España.

2. El órgano de administración será responsable de aprobar la política de comunicación comercial, que deberá contar con el informe favorable del órgano que desempeñe la función de cumplimiento normativo y mantenerse debidamente actualizada y a disposición del Banco de España.

3. En la política de comunicación comercial se designarán las áreas funcionales de la entidad responsables de controlar la adecuación y la eficacia de aquella y de los procedimientos y los mecanismos de control establecidos con el fin de gestionar los riesgos derivados de la actividad publicitaria, que serán objeto de revisión periódica de conformidad con el marco de control interno y de gestión de riesgos definido por la entidad.

Los procedimientos y controles internos establecidos serán proporcionados al tamaño y a la estructura de la entidad, así como al carácter, escala y complejidad de su actividad publicitaria.

4. La entidad será responsable de la difusión de las piezas publicitarias en los términos previstos por las áreas funcionales de la entidad responsables de su revisión interna y, en su caso, por el sistema de autorregulación publicitaria a cuya verificación se hayan sometido, y efectuará en todos los casos, incluso cuando su difusión se lleve a cabo a través de terceros, las comprobaciones oportunas a fin de asegurar que el contenido y el formato de las piezas publicitarias se ajustan a sus instrucciones expresas.

Igualmente, establecerá los medios y cauces oportunos para retirar en un plazo razonable la publicidad de productos o servicios que ya no estén disponibles al público, teniendo en cuenta el medio de comunicación o el soporte publicitario utilizado, y en todo caso en un máximo de cinco días hábiles a contar desde la fecha de finalización de la oferta o, en ausencia de un plazo de vigencia determinado, desde la fecha de cierre de la campaña.

Norma 7. *Registro de la publicidad.*

1. Las entidades mantendrán un registro interno, debidamente actualizado y a disposición del Banco de España, en el que anotarán y conservarán toda la documentación correspondiente a cada una de las campañas publicitarias difundidas por la entidad, separadas por años naturales e identificadas por número de orden correlativo y nombre comercial.

2. Entre la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria deberá figurar, al menos, la siguiente información:

a) Datos generales de la campaña: fecha de inicio y de cierre, ámbito territorial, descripción detallada del público objetivo y relación de los medios de comunicación y soportes publicitarios utilizados para su difusión.

b) Información específica sobre las piezas publicitarias: se conservará, al menos, un ejemplar de todas las piezas publicitarias con distinto mensaje (incluyendo las aclaraciones o advertencias legales) o formato (cuña de radio, anuncio televisivo, banner, cartelería, etc.) publicitario difundidas durante la campaña, en el formato original o en formato electrónico que permita su reproducción. Adicionalmente, cuando proceda:

1.º Se detallará para cada ejemplar la información requerida en el punto a), si esta no coincidiese con la genérica de la campaña.

2.º Se incluirá una relación de los distintos tamaños o espacios de duración en los que se haya difundido la pieza publicitaria (por ejemplo, en los casos de cartelería, banners, anuncios en televisión o cuñas publicitarias en radio).

3.º Se identificarán los intermediarios (agentes, distribuidores, intermediarios de crédito vinculados, prescriptores, etc.) que hayan participado en la comercialización de los productos o servicios bancarios ofrecidos en las piezas publicitarias y, en su caso, en la difusión de estas.

c) Información de control sobre la campaña:

1.º Fecha y documentación acreditativa de la revisión por las áreas funcionales de la entidad designadas a estos efectos en la política de comunicación comercial de, al menos, un ejemplar de todas las piezas publicitarias con distinto mensaje (incluyendo las aclaraciones o advertencias legales) o formato (cuña de radio, anuncio televisivo, banner, cartelería, etc.) publicitario difundidas durante la campaña, en la que se hará constar expresamente que se ha verificado el adecuado cumplimiento de lo previsto en el anejo en relación con la información sobre el coste o rentabilidad del producto o servicio bancario ofrecido y, en particular, con lo relativo a la inclusión de la tasa anual equivalente (TAE) en el mensaje publicitario, y se especificarán los criterios que se han tenido en cuenta para su cálculo.

2.º Cuando la entidad esté adherida a un sistema de autorregulación publicitaria, fecha y documentación acreditativa de la obtención del informe de consulta previa positivo de cada una de las piezas publicitarias sometidas a su revisión, de conformidad con lo previsto en la norma 8.

3.º En su caso, copia de los requerimientos de cese o rectificación de las piezas publicitarias difundidas durante la campaña efectuados por el Banco de España y de las resoluciones emitidas por los órganos extrajudiciales de los sistemas de autorregulación publicitaria en relación con las reclamaciones o controversias derivadas de la campaña publicitaria.

3. El registro interno previsto en esta norma se custodiará en las oficinas centrales de la entidad.

En caso de que un grupo de entidades sujetas a lo previsto en esta circular desarrolle su actividad publicitaria de manera centralizada, el registro podrá ser único para todo el grupo. En estos casos, se comunicará dicha circunstancia al Banco de España, con indicación expresa de la entidad que mantendrá el registro, y este se llevará de forma desglosada para cada entidad integrante del grupo, debidamente identificada por el código del Banco de España.

Norma 8. *Adhesión a sistemas de autorregulación publicitaria.*

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en la norma 6, y en particular de la obligación de la entidad de llevar a cabo una revisión interna de las piezas publicitarias, se presumirá que las entidades que se hayan adherido voluntariamente a sistemas de autorregulación publicitaria que cumplan con lo dispuesto en el artículo 37.4 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, disponen de los procedimientos y controles internos previstos en la norma 6.1.d).1.º, siempre que los códigos de conducta de los referidos sistemas de autorregulación hagan propios los principios y criterios recogidos en el anejo e incluyan medidas de autorregulación previa de los contenidos publicitarios.

Esta presunción no se extenderá en ningún caso a los procedimientos y controles necesarios para garantizar el cumplimiento efectivo del resto de las obligaciones de la entidad en relación con la adecuada gestión del riesgo derivado de su actividad publicitaria.

2. Las entidades adheridas a sistemas de autorregulación publicitaria harán un uso suficiente de sus herramientas de control previo voluntario.

A tal efecto, obtendrán al menos un informe de consulta previa positivo de todas las piezas publicitarias con contenido diferencial que vayan a emitirse durante la campaña antes de proceder a su difusión, para lo cual remitirán al sistema de autorregulación la información que este les requiera a fin de poder emitir el citado informe, entre la que constará la siguiente:

a) Copia de la pieza publicitaria sometida a verificación, en el formato original o formato electrónico que permita su reproducción.

b) Vigencia de la oferta, ámbito territorial y descripción detallada del público objetivo de la pieza publicitaria.

c) Medios de comunicación y soportes publicitarios que vayan a utilizarse para su difusión.

d) Cuando proceda, relación de los distintos tamaños o espacios de duración en los que vaya a difundirse la pieza publicitaria y de las adaptaciones efectuadas a estos efectos sobre la pieza original, a fin de que el sistema de autorregulación pueda hacer las valoraciones o advertencias que considere oportunas.

e) Cuando proceda, identificación de los intermediarios (agentes, distribuidores, intermediarios de crédito vinculados, prescriptores, etc.) que vayan a participar en la comercialización de los productos o servicios bancarios ofrecidos en la pieza publicitaria y, en su caso, en la difusión de esta.

3. El Banco de España informará en su sitio web de las entidades adheridas a sistemas de autorregulación publicitaria que cumplan con los requisitos previstos en esta norma y especificará el sistema al que está adherida cada entidad. A tal fin, las entidades comunicarán dicha información mediante el canal habilitado al efecto en el sitio web del Banco de España.

CAPÍTULO III

Supervisión de la actividad publicitaria

Norma 9. *Función supervisora del Banco de España. Procedimiento para requerir el cese o la rectificación de la publicidad bancaria.*

1. De conformidad con lo previsto en el artículo 50 de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, en el ejercicio de su función supervisora, el Banco de España podrá requerir a las entidades información específica sobre las campañas o piezas publicitarias, con el fin de valorar su adecuación a la normativa aplicable.

Dicho requerimiento deberá ser atendido por la entidad en un plazo de tres días hábiles.

2. Igualmente, el Banco de España podrá dirigirse a las entidades para informarles de los desajustes que aprecia en su actividad publicitaria y, en su caso, en ejercicio de la potestad administrativa a la que se refiere el artículo 5.1 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, requerir el cese de la publicidad o su oportuna rectificación.

3. En caso de recibir un requerimiento de cese o de rectificación de una campaña o pieza publicitaria, la entidad deberá, bien acreditar su cumplimiento ante el Banco de España, por el procedimiento que este establezca en dicha comunicación, bien objetarlo, en cuyo caso alegará las razones motivadas en las que se funda dicha objeción, todo ello en un plazo máximo de tres días hábiles, salvo que, teniendo en cuenta las concretas circunstancias relativas al contenido de los mensajes publicitarios, a los medios de comunicación y formatos empleados, o a los potenciales riesgos derivados de la campaña o pieza publicitaria afectadas, el Banco de España establezca un plazo distinto.

Recibidas las alegaciones de la entidad, si estas se basaran en todo o en parte en que la pieza publicitaria objeto de requerimiento cuenta con un informe de consulta previa positivo emitido por un sistema de autorregulación de la actividad publicitaria de conformidad con lo previsto en la norma 8, el Banco de España se dirigirá al órgano de control del

correspondiente sistema de autorregulación a fin de que este justifique, en un plazo máximo de tres días hábiles, los criterios en los que se basa el citado informe favorable.

Una vez valoradas las alegaciones presentadas por la entidad, o transcurridos los plazos previstos en este apartado sin que esta hubiese formulado alegaciones, el Banco de España le notificará, bien la confirmación del requerimiento, bien su modificación en lo que proceda, o bien el archivo de las actuaciones, lo que pondrá fin al procedimiento.

4. En el supuesto de que la resolución que ponga fin al procedimiento confirmase el requerimiento de cese o rectificación de la publicidad en todos o algunos de sus términos, la entidad deberá cumplirlo en un plazo máximo de tres días hábiles, salvo que el Banco de España establezca un plazo distinto en dicha notificación, a través de los mismos medios empleados para la difusión de la campaña o pieza publicitaria y con idéntico alcance, todo ello sin perjuicio de la posibilidad de interponer el recurso administrativo correspondiente.

5. Las medidas previstas en esta norma se adoptarán sin perjuicio de la aplicación, cuando proceda, del régimen sancionador previsto en el título IV de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, en caso de incumplimiento de las obligaciones previstas en esta circular por parte las entidades señaladas en las letras a), b), c), d) y f) de la norma 4.1, y en el capítulo IV de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, en caso de incumplimiento de las obligaciones previstas en esta circular por parte las entidades señaladas en la letra e) de la norma 4.1.

En caso de actuación administrativa en el marco de un expediente sancionador, y en lo que se refiere únicamente al cumplimiento de lo previsto en la norma 5 y en el anejo, se entenderá que la entidad actuó diligentemente si la pieza publicitaria controvertida se hubiese ajustado al contenido del informe de consulta previa positivo emitido por el sistema de autorregulación publicitaria al que esté adherida, salvo que dicho informe contradiga manifiestamente lo dispuesto en esta circular.

Disposición adicional única. *Inicio de la actividad publicitaria.*

Las entidades mencionadas en la norma 4 que realicen por primera vez publicidad sobre productos y servicios bancarios dirigida a clientes o potenciales clientes en territorio español deberán comunicar esta circunstancia al Banco de España y, cuando esta les resulte exigible, remitir asimismo la política de comunicación comercial conforme a lo previsto en la norma 6, todo ello mediante transmisión telemática a través del canal habilitado a tal efecto en el sitio web del Banco de España y en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de inicio de la actividad publicitaria.

Disposición transitoria primera. *Comunicación de la adhesión a sistemas de autorregulación publicitaria.*

Sin perjuicio de la obligación de las entidades de comunicar cualquier actualización de la información requerida en la norma 8.2, mantendrán su vigencia los efectos de las comunicaciones de adhesión a sistemas de autorregulación publicitaria efectuadas al Banco de España con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de esta circular.

Disposición transitoria segunda. *Registro de la publicidad.*

Hasta la entrada en vigor de las disposiciones previstas en la norma 7, mantendrán su vigencia las obligaciones de registro previstas en el apartado 4 de la norma tercera y en el apartado 1 de la norma cuarta de la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios.

Disposición derogatoria. *Derogación de normativa.*

Queda derogada la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios, así como cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en esta circular.

Disposición final primera. *Modificación de la Circular 6/2001, de 29 de octubre, sobre titulares de establecimientos de cambio de moneda.*

La norma novena de la Circular 6/2001, de 29 de octubre, sobre titulares de establecimientos de cambio de moneda, queda redactada del siguiente modo:

«1. Información al público:

1.1 En relación con la información al público sobre tipos de cambio, comisiones y gastos a la que se refiere el artículo 6.1 de la Orden del Ministerio de Economía de 16 de noviembre de 2000, de regulación de determinados aspectos del régimen jurídico de los establecimientos de cambio de moneda y sus agentes, los titulares de establecimientos de cambio de moneda que realicen con su clientela operaciones de compra y/o venta de billetes extranjeros o cheques de viajero contra euros deberán publicar los tipos mínimos de compra y máximos de venta de las principales monedas con las que operen o, en su caso, los tipos únicos que aplicarán para los importes que no excedan de 3.000 euros.

1.2 La información sobre los tipos de cambio incluirá, con la misma relevancia y de forma que capte la atención del público, el detalle de las comisiones y gastos, incluso mínimos, que apliquen en las operaciones citadas en el apartado anterior, y describirá, de manera sencilla y que facilite la comparación entre entidades, los conceptos que devengan comisión, o los gastos aplicables, cuando esta información no se derive claramente de su propia denominación.

1.3 Con carácter previo a la realización de una operación de compra o venta de billetes extranjeros o cheques de viajero contra euros, se proporcionará al cliente, para su conformidad expresa, que deberá quedar debidamente acreditada, información detallada y desglosada del tipo de cambio y de todas las comisiones o gastos asociados a la concreta operación solicitada. Dicha información se facilitará de forma gratuita, en papel o en otro soporte duradero, y se expresará en términos claros y fácilmente comprensibles.

1.4 Los establecimientos de cambio de moneda dispondrán de un tablón de anuncios permanente que se situará en un lugar destacado y visible, de forma que atraiga la atención del público, en cada uno de los locales donde se realicen las operaciones de compra y/o venta de billetes extranjeros o cheques de viajero contra euros, donde se harán constar:

a) La información sobre los tipos de cambio, comisiones y gastos que apliquen en las operaciones con la clientela, de conformidad con lo previsto en los apartados anteriores.

b) La existencia de un departamento o servicio de atención al cliente para atender y resolver las reclamaciones de sus clientes, con indicación expresa de las distintas vías para presentar una reclamación.

c) Los datos de contacto de, al menos, una entidad acreditada de conformidad con lo previsto en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo, para la resolución alternativa de litigios en el ámbito de su actividad, con indicación expresa del procedimiento para presentar una reclamación.

d) Una referencia a la normativa que regula la transparencia de las operaciones con la clientela, en la que se detallará el contenido de las normas de transparencia de la presente circular que les sean de aplicación.

e) Una copia legible de la comunicación del Banco de España en la que consten la autorización obtenida en virtud de lo dispuesto en el Real Decreto 2660/1998, de 14 de diciembre, y el número de inscripción en el registro correspondiente.

2. Documentos de liquidación de operaciones de compraventa de billetes extranjeros y cheques de viajero:

2.1 Como justificante de las operaciones realizadas, los titulares de establecimientos de cambio de moneda entregarán a los clientes un documento de liquidación de la operación en papel o en otro soporte duradero, en el que se

detallarán, de forma clara y separada, los importes monetarios entregados y recibidos en las unidades que corresponda, el tipo de cambio utilizado y, en su caso, las comisiones o gastos aplicados, con indicación expresa de su concepto.

2.2 Cuando se trate de comisiones porcentuales, se especificará la base de cálculo sobre la que se ha aplicado el porcentaje correspondiente, junto con el importe monetario resultante en euros.

3. Medidas organizativas e identificativas:

3.1 Cuando los titulares de los establecimientos de cambio de moneda realicen la actividad para la que han sido autorizados en el mismo local en el que se desarrollen otras actividades económicas, deberán contar con las medidas organizativas necesarias para asegurar que la clientela identifique claramente al prestador del correspondiente servicio y pueda relacionarlo con las informaciones mencionadas en los apartados precedentes.

3.2 La mención a redes u organizaciones internacionales en la actividad de los establecimientos de cambio de moneda no podrá inducir a confusión al público sobre la identidad o responsabilidad del titular con el que se contratan los servicios.

Cuando se refiera a la condición del establecimiento como miembro de dichas redes u organizaciones internacionales, esta mención se incluirá, vinculada de forma menos destacada a la identidad del titular del establecimiento de cambio de moneda autorizado en España, en todos los locales en que se ejerza la actividad, en los documentos propios de su tráfico y en los anuncios publicitarios en cualquier medio. Esta obligación se extenderá a la actividad de los agentes del establecimiento.»

Disposición final segunda. *Especificaciones técnicas del registro interno.*

El Banco de España determinará las especificaciones técnicas que deberá reunir el registro interno previsto en la norma 7 con arreglo a un formato normalizado.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

1. La presente circular entrará en vigor el 15 de octubre de 2020, sin perjuicio de las salvedades previstas en los apartados siguientes.

2. Lo dispuesto en la norma 7 entrará en vigor a los seis meses de la publicación por el Banco de España de las especificaciones técnicas previstas en la disposición final segunda.

3. Lo dispuesto en la disposición adicional única entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEJO

Principios y criterios a los que debe ajustarse la actividad publicitaria sobre productos y servicios bancarios

I. Principios generales a los que debe ajustarse la publicidad

1. La publicidad sobre productos y servicios bancarios será clara, equilibrada, objetiva y no engañosa. Con este fin, las entidades utilizarán un lenguaje sencillo y fácil de comprender, evitarán la inclusión de información ambigua, sesgada, incompleta o contradictoria, que pueda inducir a confusión, y no omitirán u ocultarán información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa.

En las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias sujetas a lo previsto en esta circular deberá desvelarse inequívocamente el carácter publicitario del mensaje, cuando no resulte evidente por el contexto.

2. Se distinguirán claramente los productos y servicios bancarios ofrecidos, y se evitará el empleo de vocablos o expresiones que puedan generar dudas sobre su naturaleza y características o sobre los riesgos asociados a su contratación. Cuando la denominación comercial del producto o servicio ofrecido, o su encuadramiento dentro de la oferta

publicitaria de la entidad, pueda inducir a error sobre la naturaleza jurídica de la operación, esta deberá aclararse expresamente.

De igual modo, cuando se ofrezca la contratación simultánea de dos o más productos de diferente naturaleza, deberán indicarse claramente las distintas características de uno y otro.

3. Las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias que faciliten información sobre el coste o rentabilidad del producto o servicio bancario para el público deberán contener información clara, exacta y actualizada sobre sus características esenciales, de forma adecuada a la naturaleza y complejidad del producto o servicio bancario ofrecido, las características de los medios de difusión utilizados y el público objetivo al que se dirijan, a fin de permitir que el destinatario pueda tomar una decisión informada sobre la contratación.

4. Cuando el medio de comunicación o el formato publicitario utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, la remisión a fuentes de información alternativas no debe inducir a error al destinatario acerca de las características del producto o servicio ofrecido, ni generar en aquel un comportamiento económico que presumiblemente no habría adoptado de haber conocido toda la información precisa para su adecuada comercialización.

5. Los mensajes publicitarios y la forma de presentarlos se adaptarán a las características del colectivo al que se dirijan, promoverán la cabal comprensión de la pieza publicitaria y evitarán mecanismos de atracción publicitaria que sean manifiestamente incompatibles con la protección de los intereses de dicho colectivo. En todo caso, el mensaje publicitario no creará falsas impresiones o expectativas que, de algún modo, actúen a modo de incentivo a la contratación del producto o servicio ofrecido o puedan crear una apariencia distinta a la realidad sobre las características o duración de la oferta anunciada.

6. Cuando en la pieza publicitaria se incluyan mensajes de carácter secundario o de forma menos destacada, estos no podrán contradecir el contenido del mensaje principal ni limitarlo de manera esencial. En todo caso, las aclaraciones o advertencias legales sobre los productos o servicios bancarios ofrecidos incluidas en el mensaje publicitario (por ejemplo, sobre sus riesgos, condicionantes que afecten a su coste o rentabilidad para el público, o requisitos para su comercialización) tendrán un formato, posición y relevancia apropiados, a fin de asegurar que son fácilmente percibidos por el destinatario, y se avisará sobre su existencia con llamadas de nota al mismo nivel del texto o con mensajes destacados en el mensaje principal.

7. La inclusión en el mensaje publicitario de adjetivos superlativos o diminutivos, o de expresiones que indiquen preferencia, ventaja o liderazgo del anunciante o del producto o servicio, deberá poder acreditarse cuando se trate de publicidad comparativa y evitarse en los demás casos; en especial, cuando se trate de expresiones relacionadas con el coste o rendimiento del producto o servicio bancario ofrecido.

Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, en la publicidad comparativa, los productos o servicios bancarios comparados tendrán la misma finalidad o satisfarán las mismas necesidades, y la comparación se realizará de modo objetivo entre una o más de sus características esenciales, que habrán de ser pertinentes, verificables y representativas. En todo caso, se detallarán en la pieza publicitaria los supuestos en los que se base la comparación efectuada, sin omitir datos o hechos relevantes, y se indicarán expresamente las fuentes empleadas.

II. Formato del mensaje publicitario

1. La forma y la presentación del mensaje publicitario (en particular, la tipografía, el color y el contraste de fondo) serán adecuadas para el medio de difusión empleado, de forma que garanticen su cómoda y completa lectura.

2. El tipo de letra y las fuentes empleadas en el mensaje publicitario, incluso las utilizadas en las aclaraciones o advertencias legales, serán fácilmente legibles y destacarán sobre el fondo. Se evitará el uso de fuentes demasiado ornamentadas o adornos (relieves, etc.) que dificulten la lectura.

3. El tamaño mínimo del óvalo o cuerpo central de la letra (en particular, la empleada en las aclaraciones o advertencias legales) se determinará en función del formato publicitario utilizado y de la distancia media a la que esté previsto que el destinatario lea el texto, procurando garantizar, en todo caso, su fácil lectura y comprensión.

A modo de ejemplo, en la elaboración de las piezas publicitarias se utilizará un cuerpo de letra cuya equivalencia en milímetros respete la siguiente tabla orientativa:

Distancia	Formatos publicitarios	Tamaño mínimo de letra
A menos de 0,5 metros	Prensa impresa, folletos, publicidad directa (cartas personalizadas, marketing por correo electrónico, etc.), publicidad a través de Internet y dispositivos móviles (vídeos publicitarios, boletines informativos, banners, etc.).	1,5 milímetros
Entre 1 y 3,6 metros	Publicidad en medios audiovisuales (televisión), publicidad en el lugar de venta (cartelería interior y exterior, expositores, etc.).	5 milímetros
Entre 3,6 y 12 metros	Publicidad exterior (mobiliario urbano, transportes públicos, etc.).	10 milímetros
A más de 12 metros	Publicidad en cine y publicidad exterior de gran tamaño (vallas publicitarias y lonas).	100 milímetros

III. Contenido del mensaje publicitario

1. Criterios generales.

1.1 El uso de acrónimos o marcas comerciales de las entidades en la publicidad de productos o servicios bancarios debe permitir su identificación indubitable. En caso contrario, se acompañarán de su denominación registral.

1.2 Cuando una entidad publicite productos o servicios bancarios de otra, deberá delimitarse con claridad qué entidad presta los servicios y qué entidad actúa como mera comercializadora o distribuidora de los productos y servicios de la primera. La responsabilidad por la omisión de esta información en la pieza publicitaria recaerá sobre la entidad que actúa como comercializadora o distribuidora.

Asimismo, cuando en la comercialización de los productos y servicios bancarios participen agentes de la entidad o terceros, como intermediarios de crédito, se indicará expresamente en la pieza publicitaria el carácter con el que estos actúan, y será responsabilidad de la entidad asegurar el cumplimiento de los requisitos y obligaciones que se establecen en esta circular.

1.3 Cuando una oferta tenga un plazo de vigencia determinado, este se hará constar expresamente. Si el plazo de vigencia estuviera condicionado a cualquier otra variable (alcanzar un volumen determinado, existencia de un número limitado de productos, etc.), dicha condición deberá indicarse en el cuerpo del mensaje principal, con la relevancia adecuada.

La ausencia de plazo en el mensaje publicitario permitirá considerar la oferta en vigor a todos los efectos durante el período de difusión de la campaña o pieza publicitaria en cuestión.

1.4 Si el mensaje publicitario hace referencia a las ventajas de un determinado tratamiento fiscal, deberá aclararse si este es de carácter general o depende de la situación personal del cliente o potencial cliente, y se informará, en todo caso, de que dicho tratamiento puede estar sujeto a modificaciones.

1.5 Se evitará aludir al término «regalo» u otro término equivalente en aquellos casos en los que pueda existir una repercusión fiscal por la entrega de un bien o una suma de dinero como incentivo para la contratación de un producto o servicio bancario, en particular en todas aquellas operaciones que la normativa fiscal califique como retribución en especie.

2. Información sobre el coste o rentabilidad del producto o servicio bancario. Inclusión de la tasa anual equivalente (TAE) en el mensaje publicitario.

2.1 Toda información cuantitativa sobre el coste o rentabilidad del producto o servicio bancario incluida en el mensaje publicitario deberá indicar expresamente el período al que se refiere. Cuando se incluyan dos o más magnitudes, estas deberán referirse al mismo período.

En particular, la información sobre rentabilidades pasadas no deberá facilitarse de forma parcial o sesgada, ni sobre períodos inferiores a doce meses. La rentabilidad plurianual deberá expresarse en términos de revalorización, sin perjuicio de que a esta información se añada la TAE en los casos en los que corresponda incluirla. Cuando se incluya una referencia a la variación máxima que ha tenido un determinado índice o una cotización

dentro de un determinado período, deberá completarse con los datos correspondientes a la variación –positiva o negativa– de dicho índice o cotización, para lo cual se tomarán como referencia sus valores en la fechas inicial y final del mismo período.

Asimismo, deberán indicarse de forma explícita, clara e inequívoca, con llamadas de nota al mismo nivel del texto o mensajes destacados en el mensaje principal, las condiciones o requisitos a los que, en su caso, estén condicionados dicho coste o rentabilidad, o las variables de las que pudiera depender su evolución.

2.2 Cuando se incluya información relacionada con el coste del producto o servicio bancario, el mensaje publicitario deberá hacer referencia, en todo caso, a las comisiones, los impuestos y cualquier otro tipo de gastos que deba abonar el cliente para su contratación o mantenimiento, así como, en el caso de los créditos, los intereses y el coste de los servicios accesorios cuya contratación sea obligatoria para la obtención del crédito o para obtenerlo en las condiciones ofrecidas, en particular las primas de los seguros.

2.3 En las piezas publicitarias sobre depósitos o créditos en las que se indique un tipo de interés o cualesquiera cifras, como las comisiones o los gastos aplicables, o de cualquier otra forma se haga referencia a su coste o rentabilidad para el público, el mensaje publicitario deberá expresar dicho coste o rentabilidad en términos de TAE, mediante un ejemplo representativo determinado de forma clara, concisa y destacada.

Para el cálculo de la TAE se tendrán en cuenta las reglas y criterios específicos establecidos al efecto en la normativa aplicable al tipo de producto o servicio bancario de que se trate.

2.4 La información sobre el tipo de interés nominal (TIN) anual aplicable a la operación y sobre los demás elementos que componen la TAE se incluirá de forma que no genere confusión respecto a la diferente naturaleza y utilidad de esta última. En particular, cuando la TAE pueda verse alterada por determinadas circunstancias (por ejemplo, la existencia de un tipo de interés fijo para cierto período inicial, comisiones u otras causas), el ejemplo representativo hará mención expresa a tales circunstancias y al intervalo significativo en el que aquella pueda moverse.

2.5 Cuando la pieza publicitaria deba incluir la TAE de conformidad con lo previsto en la normativa aplicable, se le dará relevancia frente al TIN, de forma que capte la atención del público.

2.6 Cuando se trate de operaciones a tipo de interés variable, la expresión TAE se sustituirá por la de TAEVariable y deberán mencionarse en la pieza publicitaria, con la adecuada relevancia y claridad, el índice de referencia aplicable y la periodicidad de la revisión. La información referida al índice de referencia y al cálculo de la TAEVariable deberá actualizarse periódicamente con arreglo al último dato disponible, con un plazo máximo de tres meses cuando se trate de medios y soportes impresos, y dentro de las 48 horas siguientes cuando se trate de piezas publicitarias difundidas a través de medios digitales.

En estos casos, el ejemplo representativo incluirá expresamente la advertencia de que la TAEVariable se ha calculado bajo la hipótesis de que los índices de referencia no varían y, por tanto, variará con las revisiones del tipo de interés.

Cuando se establezcan límites a la variación del tipo de interés, dichos límites se indicarán en la pieza publicitaria de forma relevante. Asimismo, se tendrán en cuenta para el cálculo de la TAEVariable, y se advertirá expresamente de esta circunstancia en el ejemplo representativo.

2.7 En las piezas publicitarias sobre depósitos o créditos sin intereses que estén sujetos a comisiones u otros gastos, además de detallar dichas comisiones y gastos, se incluirá la expresión «sin intereses» o similar junto a la TAE resultante, que se destacará especialmente en el mensaje publicitario, de modo que el destinatario comprenda adecuadamente el coste del depósito o crédito.

2.8 Cuando exista remuneración en especie, la pieza publicitaria deberá adaptarse a los siguientes criterios:

a) Si no existe retribución en efectivo, deberá indicarse expresamente esta circunstancia.

b) La valoración del producto a efectos del cálculo de la TAE deberá ser la que resulte de conformidad con la legislación tributaria.

c) Tanto la retribución en efectivo –si la hubiese– como la retribución en especie deben tenerse en cuenta para el cálculo de la TAE.

d) Deberá indicarse expresamente que la retribución en especie está sujeta a tributación.

e) En caso de que determinados importes –como el IVA o el ingreso a cuenta– deban ser satisfechos por el cliente, se hará mención explícita de estas circunstancias y se reflejará la cuantificación de tales importes, teniéndolos en cuenta a efectos del cálculo de la TAE.

3. Contenido mínimo exigible en las ofertas de financiación en las que se incluya información relacionada con su coste para el público.

En las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias sujetas a lo previsto en esta circular mediante las que se ofrezca un crédito, o la intermediación para la celebración de un contrato de crédito, en las que se indique un tipo de interés o cualesquiera cifras, como las comisiones o los gastos aplicables, o de cualquier otra forma se haga referencia a su coste para el público, se incluirá, al menos, la siguiente información:

a) Las características esenciales del crédito (naturaleza, importe, TIN, comisiones, coste total, sistema de amortización, importe de los pagos y plazo para su devolución) y cualquier otra información requerida en las normas comunitarias, estatales o autonómicas que contengan disposiciones específicas en relación con la publicidad del tipo de financiación de que se trate. En particular, en el caso de créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio, además de la información obligatoria relativa al crédito, se especificarán de forma destacada el precio de adquisición al contado y el precio total a plazos.

b) La TAE, expresada mediante un ejemplo representativo determinado con arreglo a lo previsto en la normativa aplicable. En particular, en los contratos de préstamo sujetos al ámbito de aplicación de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, el ejemplo representativo se determinará de conformidad con los criterios establecidos en la letra d) del artículo 4.5 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio.

c) Cuando se trate de créditos denominados en moneda extranjera, se incluirá una advertencia sobre el hecho de que las posibles fluctuaciones del tipo de cambio podrían afectar al importe adeudado.

4. Contenido mínimo exigible en las ofertas de productos y servicios bancarios, distintos de las operaciones de financiación, en las que se incluya información relacionada con su coste o rentabilidad para el público.

En las comunicaciones comerciales y piezas publicitarias sujetas a lo previsto en esta circular mediante las que se ofrezca un producto o servicio bancario, o la intermediación para la contratación de un producto o servicio bancario, distintos de las operaciones de financiación, en las que se indique un tipo de interés o cualesquiera cifras, como las comisiones o los gastos aplicables, o de cualquier otra forma se haga referencia a su coste o rentabilidad para el público, se incluirá, al menos, la siguiente información:

a) Las características esenciales del producto o servicio bancario (naturaleza, coste o rentabilidad, plazo, etc.). Cuando proceda, se especificará si existe o no derecho a cancelación anticipada y, en tal caso, las comisiones o penalizaciones aplicables, así como cualquier otra información requerida en las normas comunitarias, estatales o autonómicas que contengan disposiciones específicas en relación con la publicidad del producto o servicio bancario de que se trate.

b) Cuando proceda, la TAE, expresada mediante un ejemplo representativo determinado con arreglo a lo previsto en la normativa aplicable.

c) Cuando proceda, una referencia al Fondo de Garantía de Depósitos al que se encuentra adherida la entidad, cuando este sea diferente del previsto en el Real Decreto-ley 16/2011, de 14 de octubre, por el que se crea el Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito.

d) Cuando proceda, la advertencia de que la rentabilidad está sujeta a fluctuaciones del mercado, sin que costes o rentabilidades pasadas condicionen o generen derechos en el futuro. En estos casos, se indicará expresamente que dicha rentabilidad podría ser nula o incluso negativa.

e) Cuando se trate de productos denominados en moneda extranjera, se hará especial mención al riesgo de tipo de cambio.

IV. Régimen aplicable a la publicidad emitida a través de medios audiovisuales o radiofónicos

1. Publicidad emitida a través de medios audiovisuales.

1.1 Los textos sobreimpresos en las piezas publicitarias difundidas a través de medios audiovisuales (en particular, los relativos a las advertencias legales –como el indicador de riesgo o las alertas sobre liquidez y complejidad, entre otras– o al ejemplo representativo de la TAE) deberán mantenerse fijos en pantalla durante el tiempo que dure su reproducción.

1.2 No obstante lo dispuesto en el punto III, apartados 3 y 4, de este anejo, en las piezas publicitarias emitidas a través de medios audiovisuales que conlleven una limitación de espacio o de tiempo, como los anuncios en cine o televisión, deberá facilitarse de forma hablada y/o sobreimpresa en pantalla, al menos, la siguiente información:

a) Una referencia a la naturaleza del producto o servicio bancario de que se trate y, en su caso, las advertencias legales exigibles.

b) La información requerida en las normas comunitarias, estatales o autonómicas que contengan disposiciones específicas en relación con la publicidad del producto o servicio bancario de que se trate.

c) Cuando proceda, el TIN y la TAE, expresada mediante un ejemplo representativo determinado con arreglo a lo previsto en la normativa aplicable.

d) Las comisiones bancarias que, en su caso, deba satisfacer el destinatario para la contratación y el mantenimiento del producto o servicio bancario ofrecido.

e) La dirección de una página web informativa en la que se contenga toda la información relevante sobre el producto o servicio bancario ofrecido de conformidad con lo previsto en esta circular, así como, en su caso, la posibilidad de obtener más información en la red de oficinas de la entidad o en otros puntos de venta específicos. Esta información se comunicará, en todo caso, de forma hablada.

En estos casos, las entidades podrán optar por incluir toda o parte de dicha información al final de la pieza publicitaria, sobre una pantalla fija, con un contraste de fondo apropiado y durante un tiempo suficiente, que no será inferior a tres segundos, para que sea adecuadamente percibida por el espectador.

2. Publicidad emitida a través de medios radiofónicos.

2.1 En las piezas publicitarias emitidas a través de medios radiofónicos en las que se facilite información sobre el coste o la rentabilidad del producto o servicio bancario ofrecido, las entidades proporcionarán, al menos, la información prevista en el apartado 1.2 anterior.

2.2 En su caso, en la publicidad sobre productos y servicios bancarios emitida a través de medios radiofónicos se llamará especialmente la atención sobre la existencia de una página web informativa en la que se contendrá toda la información relevante sobre el producto o servicio bancario ofrecido de conformidad con lo previsto en esta circular, así como sobre la posibilidad de obtener más información en la red de oficinas de la entidad o en otros puntos de venta específicos.

V. Publicidad en medios digitales y redes sociales

1. Criterios generales.

1.1 Las comunicaciones comerciales en medios digitales y redes sociales que conlleven necesariamente limitaciones de peso, formatos, tamaños o caracteres se regirán por lo previsto en esta sección, sin perjuicio de la obligación de las entidades de asegurar que estas cumplen con los principios y criterios generales establecidos en las secciones I y II de este anejo.

1.2 Cuando el contenido del mensaje publicitario se vea afectado por las limitaciones previstas en el apartado anterior, de forma que no resulte posible incluir información concreta y completa sobre las características y riesgos de los productos y servicios bancarios ofertados, siempre que se indique un tipo de interés o cualesquiera cifras, como las comisiones o los gastos aplicables, o de cualquier otra forma se haga referencia al coste o

rentabilidad para el público del producto o servicio bancario ofertado, se incluirá, al menos, la siguiente información:

a) La identidad de la entidad anunciante o, cuando proceda, del intermediario de crédito o representante designado.

b) Una referencia a la naturaleza del producto o servicio bancario de que se trate.

c) La TAE, cuando se trate de comunicaciones comerciales sobre depósitos o créditos.

d) Un enlace a una página web de destino, específica para el producto o servicio bancario ofertado, en la que se contenga toda la información requerida de conformidad con lo previsto en esta circular y en las normas reguladoras del producto o servicio bancario de que se trate. Dicha información estará fácilmente localizable en la página principal de la página web de destino, sin necesidad de que el destinatario tenga que realizar pasos adicionales para acceder a ella, y se mostrará de forma adaptada al tipo de dispositivo utilizado por el usuario.

1.3 En los casos previstos en el apartado anterior, cuando se trate de comunicaciones comerciales sobre créditos sujetos al ámbito de aplicación de la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, o a la Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, se incluirá adicionalmente un ejemplo representativo simplificado, con el siguiente formato:

«TIN XX% Importe XX [eur, divisa] Plazo XX [meses, años] XX cuotas de XX [eur, divisa] Importe total adeudado XX [eur, divisa] [cuando proceda] Cumpliendo condiciones»

En el caso de los créditos en forma de pago aplazado de un bien o servicio en particular, se añadirá, además, la siguiente información:

«PVP XX [eur, divisa] Precio total a plazos XX [eur, divisa]»

1.4 El ejemplo representativo previsto en el apartado anterior se determinará de conformidad con lo dispuesto en la normativa aplicable. En particular, en los contratos de préstamo sujetos al ámbito de aplicación de la Ley 5/2019, de 15 de marzo, se tendrán en cuenta los criterios establecidos en la letra d) del artículo 4.5 de la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio.

1.5 El enlace a la página web de destino previsto en el apartado 1.2.d) anterior se destacará, cuando sea posible, del resto del texto incluido en el mensaje publicitario mediante la utilización de distintas fuentes o de técnicas de resaltado. Asimismo, el título del enlace y su ubicación dentro del mensaje publicitario se diseñarán de forma que atraiga la atención del destinatario y promueva el acceso a su contenido.

2. Publicidad emitida a través de medios digitales.

2.1 Cuando los mensajes publicitarios se difundan en una página de Internet a través de piezas publicitarias animadas o interactivas, compuestas de varios fotogramas que siguen una sucesión (banner dinámico, formato de intercambio de gráficos animado, etc.), las entidades se asegurarán de que la información requerida en el apartado 1 anterior se mantiene fija en pantalla por un tiempo no inferior a dos segundos.

3. Publicidad emitida a través de redes sociales.

3.1 Cuando en las comunicaciones comerciales en redes sociales se inserten imágenes (archivos gráficos, infografías, etc.), vídeos publicitarios (vídeos en vivo, animaciones gráficas, vídeo 360º, etc.) u otros recursos visuales, sonoros o audiovisuales a fin de superar la limitación de caracteres intrínseca a las publicaciones en estas plataformas de comunicación, se indicará expresamente en el mensaje publicitario que estos contienen información adicional relevante para la adecuada comprensión del producto o servicio bancario ofertado, utilizando expresiones como «pincha en la imagen para ver las condiciones de la oferta» o fórmulas similares que promuevan su visionado por el destinatario.

En estos casos, siempre que el contenido de la información difundida a través de dichos recursos respete íntegramente lo previsto en esta circular, no será necesario cumplir con lo previsto en el apartado 1.2.d) de esta sección.

3.2 La entidad será responsable del cumplimiento de lo previsto en esta sección, aunque no haya generado el contenido original de la comunicación, cuando reenvíe un texto o un contenido compartido por un tercero (en particular, un cliente) en el que se respalden o destaquen expresamente los beneficios de un producto o servicio financiero comercializado por la entidad.

§ 16

Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 309, de 27 de diciembre de 2005
Última modificación: 18 de noviembre de 2017
Referencia: BOE-A-2005-21261

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

Exposición de motivos

I

En España, al igual que en otros países desarrollados, el tabaquismo es la primera causa aislada de mortalidad y morbilidad evitable. La evidencia científica sobre los riesgos que conlleva el consumo de tabaco para la salud de la población es concluyente.

Se estima, según los datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que el consumo de tabaco es responsable del 90 por ciento de la mortalidad por cáncer de pulmón, del 95 por ciento de las muertes por enfermedad pulmonar obstructiva crónica, del 50 por ciento de la mortalidad cardiovascular y del 30 por ciento de las muertes que se producen por cualquier tipo de cáncer. En España fallece cada año como consecuencia del consumo de tabaco un número de personas que representa el 16 por ciento de todas las muertes ocurridas en la población mayor de treinta y cinco años. Asimismo, hay evidencias científicas de que el humo del tabaco en el ambiente (consumo pasivo o involuntario de tabaco) es causa de mortalidad, enfermedad y discapacidad. La Agencia Internacional de Investigación del Cáncer de la OMS ha determinado que la exposición al aire contaminado con humo del tabaco es carcinogénica en los seres humanos.

El consumo de tabaco, como factor determinante de diferentes patologías y como causa conocida de muerte y de importantes problemas sociosanitarios, constituye uno de los principales problemas para la salud pública; de ahí, pues, la necesidad de implantar medidas dirigidas a su prevención, limitar su oferta y demanda y regular su publicidad, promoción y patrocinio.

Estas medidas deben estar en total sintonía con las actuaciones previstas en la Estrategia Europea para el Control del Tabaquismo 2002 de la Región Europea y con el

Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco, hecho en Ginebra el 21 de mayo de 2003 y ratificado por España el 30 de diciembre de 2004.

Asimismo, la Unión Europea ha visto con preocupación el fenómeno del tabaquismo, que ha pretendido combatir a través de diferentes medidas normativas entre las que destaca la aprobación de la Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco, Directiva que, mediante esta Ley, se incorpora a nuestro ordenamiento.

La Constitución Española reconoce en su artículo 43 el derecho a la protección de la salud, y encomienda en su apartado 2 a los poderes públicos la organización y tutela de la salud pública a través de medidas preventivas. Para contribuir a la efectividad de este derecho, la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, estableció la obligación de las Administraciones públicas sanitarias de orientar sus actuaciones prioritariamente a la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades, evitar las actividades y productos que, directa o indirectamente, puedan tener consecuencias negativas para la salud y regular su publicidad y propaganda comercial.

En el ámbito de la legislación existente sobre aspectos generales relacionados con el tabaco, es de constatar su carácter disperso y asistemático. Así, sin ánimo de exhaustividad, pueden citarse el Real Decreto 192/1988, de 4 de marzo, y su modificación posterior, operada mediante el Real Decreto 1293/1999, de 23 de julio, sobre limitaciones en la venta y uso del tabaco para la protección de la salud de la población; el Real Decreto 510/1992, de 14 de mayo, por el que se regula el etiquetado de los productos del tabaco y se establecen determinadas limitaciones en aeronaves comerciales; el Real Decreto 1185/1994, de 3 de junio, sobre etiquetado de productos del tabaco distintos de los cigarrillos y por el que se prohíben determinados tabacos de uso oral y se actualiza el régimen sancionador en materia de tabaco; el Real Decreto 1079/2002, de 18 de octubre, por el que se regulan los contenidos máximos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono de los cigarrillos, el etiquetado de los productos del tabaco, así como las medidas relativas a ingredientes y denominaciones de los productos del tabaco, y el Real Decreto 2198/2004, de 25 de noviembre, por el que se determinan los colectivos a los que se dirigen las políticas de cohesión a efectos de su financiación por el Fondo de cohesión sanitaria durante el ejercicio 2004. La legislación vigente aborda igualmente la regulación de los aspectos publicitarios del fenómeno del tabaco, si bien prohíbe únicamente la publicidad televisiva. La actual regulación se halla contenida básicamente en las Leyes 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, así como en la Ley 22/1999, de 7 de junio, que modifica la anterior.

En el ámbito autonómico, en función de las competencias estatutarias en materia de salud pública, desde muy pronto se sintió la necesidad de abordar la regulación de estas cuestiones; baste citar, a título de ejemplo, la Ley de la Comunidad Autónoma de Cataluña 20/1985, de 25 de julio, de prevención y asistencia en materia de sustancias que puedan generar dependencia. Hoy puede decirse que la práctica totalidad de las Comunidades Autónomas ha legislado, bien aprobando normas específicas sobre tabaco, como es el caso de Galicia con el Decreto 75/2001, de 22 de marzo, sobre control sanitario de la publicidad, promoción, suministro, venta y consumo de productos del tabaco, y de la Comunidad Foral de Navarra, con la aprobación de la Ley Foral 6/2003, de 14 de febrero, de prevención del consumo de tabaco, de protección del aire respirable y de la promoción de la salud en relación al tabaco, bien en el marco de regulaciones más amplias, generalmente vinculadas a fenómenos de drogodependencias y otros trastornos adictivos, en el caso de las demás Comunidades Autónomas: Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Madrid, Región de Murcia, La Rioja, Comunidad Valenciana y País Vasco.

Las consideraciones expuestas hacen necesaria la adopción de nuevas medidas en una doble dirección. Por un lado, aquéllas que inciden sobre el consumo y la venta, con el

aumento de los espacios sin humo, la limitación de la disponibilidad y accesibilidad a los productos del tabaco, especialmente a los más jóvenes y la garantía de que el derecho de la población no fumadora a respirar aire no contaminado por el humo del tabaco prevalece sobre el de las personas fumadoras. Resulta oportuno y necesario introducir nuevas medidas en la venta y consumo de tabaco para subsanar las limitaciones y deficiencias de la legislación existente que el paso del tiempo, la progresiva evidencia científica, la mayor sensibilización y concienciación social y la proliferación y diversificación de las estrategias de venta y promoción de los productos del tabaco han puesto de manifiesto.

Por otro lado, las medidas relativas a la publicidad y la promoción de los productos del tabaco, ya sea directa o indirecta, y el patrocinio de diferentes actividades, tienen una probada influencia sobre las conductas personales y los hábitos sociales, por lo que se convierten en un claro elemento de inducción y favorecimiento de su consumo, especialmente en el ámbito infantil y juvenil; por ello se hace necesario incidir limitativamente en todas las clases y medios de publicidad, ya sean impresos, radiofónicos, televisivos, electrónicos o cinematográficos.

La adopción de las medidas propuestas se hace también necesaria para ofrecer el soporte y la cobertura normativa a las intervenciones educativas, preventivas y asistenciales desarrolladas en el conjunto del Estado. También, desde este ángulo, se evidencia la necesidad de contar con una base jurídica que facilite la existencia y eficacia de estas intervenciones, especialmente en la población infantil y juvenil, principal sector de población al que se dirige la regulación de los productos del tabaco.

Si bien el establecimiento de espacios sin humo es una actuación prioritaria de protección de la salud para la población en general, lo es en mayor medida en el caso de los menores. Cabe señalar la importancia del papel modélico de los profesionales docentes y sanitarios, en su labor educativa, de sensibilización, concienciación y prevención, fomentando modos de vida sin tabaco.

Con el mismo objetivo, la prohibición de la publicidad directa e indirecta y el patrocinio de los productos del tabaco, representa una de las principales medidas de protección, dirigidas a la infancia y a la juventud, y pone de manifiesto la responsabilidad de las autoridades públicas, al limitar el acceso y disponibilidad de un producto, que genera adicción, discapacidad, enfermedad y muerte.

No se puede desconocer, por lo demás, que el fenómeno del tabaquismo no se manifiesta de igual manera en hombres y en mujeres. Se han advertido claras diferencias tanto en las causas que inducen al inicio del consumo, en las mismas pautas de consumo, en el mantenimiento de la adicción, en la respuesta a los tratamientos, en la dificultad de abandono y en las tasas en la recaída, y es evidente el mayor impacto negativo para la salud de las mujeres.

Es por ello por lo que se hace necesario contemplar la perspectiva de género en todas y cada una de las estrategias que se desarrollen para el abordaje del tabaquismo, al objeto de eliminar aquellos factores que propician una situación desigual de oportunidades para disfrutar de salud, discapacitarse o morir por causas prevenibles.

Por otra parte, la interacción con la especial fisiología de las mujeres y los procesos reproductivos les añade unos riesgos específicos. Hace varias décadas que se conoce que la nicotina y el monóxido de carbono durante el embarazo son responsables de una mayor propensión al aborto espontáneo y a la mortalidad perinatal, así como una reducción de peso en el recién nacido. La exposición de la mujer gestante como fumadora pasiva al humo del tabaco presente en el ambiente provoca nocividad sobre el feto.

Por todo lo expuesto, y teniendo en cuenta la regulación y el rango normativo de las disposiciones citadas, se hace aconsejable la promulgación de una norma general que sistematice la regulación y cuyo rango sea el adecuado a la finalidad pretendida, para lo que se ha optado por la forma de ley.

II

La Ley se articula en cinco capítulos, dedicados respectivamente a la regulación de las disposiciones generales, las limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco, la regulación de su publicidad, promoción y patrocinio, medidas de prevención

del tabaquismo, de promoción de la salud y de facilitación de la deshabituación tabáquica, así como el régimen de las infracciones y sanciones.

El capítulo I se consagra a las disposiciones generales, delimita el objeto y aclara, en forma de definiciones, los conceptos fundamentales que se contienen en la Ley.

El capítulo II regula las limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco. En cuanto a las limitaciones a la venta y suministro, la Ley, en perfecta concordancia con la normativa que disciplina el mercado de tabacos, dispone que la venta y suministro al por menor de productos del tabaco sólo podrá realizarse en la red de expendedurías de tabaco y timbre o a través de máquinas expendedoras que cuenten con las autorizaciones administrativas oportunas, por lo que queda expresamente prohibido en cualquier otro lugar o medio.

Además, se prohíbe vender o entregar a personas menores de dieciocho años productos del tabaco, así como cualquier otro producto que le imite e induzca a fumar. Igualmente, se prohíbe la venta de tabaco por personas menores de dieciocho años. En cualquier caso, se prohíbe la venta y suministro en determinados lugares, tales como centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de derecho público, centros sanitarios o de servicios sociales y sus dependencias, centros docentes, centros culturales, centros e instalaciones deportivas, centros de atención y ocio de los menores de edad, así como en cualquier otro lugar, centro o establecimiento donde esté prohibido su consumo.

En cuanto a las limitaciones sobre el consumo, la Ley parte de la distinción entre lugares donde se establece la prohibición total de fumar y lugares donde se prohíbe fumar pero se permite la habilitación de zonas para fumar, siempre que se cumplan determinados requisitos, tales como una señalización adecuada, la separación física del resto de las dependencias y la dotación de sistemas de ventilación independiente.

El capítulo III incorpora a nuestro ordenamiento la Directiva 2003/33/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad y de patrocinio de los productos del tabaco.

La Ley no se limita, sin embargo, a la mera transposición de la normativa comunitaria, sino que, además, regula la prohibición de la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de un producto del tabaco, así como de la de toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, aunque con determinadas excepciones.

Este capítulo se completa con normas sobre las denominaciones comunes, expresión con la que se identifica a los nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para productos del tabaco y, simultáneamente, para otros bienes o servicios y que hayan sido comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley.

El capítulo IV incorpora medidas de prevención del tabaquismo impulsando acciones de educación para la salud y de información sanitaria.

También recoge la promoción de programas para la deshabituación tabáquica en la red asistencial del Sistema Nacional de Salud.

Se crea el Observatorio para la Prevención del Tabaquismo, así como las necesarias medidas de coordinación en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud para el mejor cumplimiento de la Ley.

La Ley se completa con un preciso régimen de infracciones y sanciones en el capítulo V, en el que, además de tipificar las correspondientes conductas contrarias a la norma y asignarles el respectivo reproche sancionador, se identifican los responsables, incluso en los supuestos de infracciones cometidas por menores, y se delimitan claramente las competencias sancionadoras.

Todas estas medidas, enmarcadas en el contexto de las políticas de salud pública que las Administraciones públicas deben promover, podrán complementarse con programas de prevención y control del tabaquismo.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Esta Ley tiene por objeto:

a) Establecer, con carácter básico, las limitaciones, siempre que se trate de operaciones al por menor, en la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco, así como regular la publicidad, la promoción y el patrocinio de dichos productos, para proteger la salud de la población.

b) Promover los mecanismos necesarios para la prevención y control del tabaquismo.

Artículo 2. *Definiciones.*

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por:

a) Productos del tabaco: los productos que pueden ser consumidos y constituidos, total o parcialmente, por tabaco, genéticamente modificado o no.

b) Publicidad: toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco o el uso del tabaco, incluida la publicidad que, sin mencionar directamente un producto del tabaco, intente eludir la prohibición de la publicidad utilizando nombres, marcas, símbolos u otros elementos distintivos de productos del tabaco.

c) Patrocinio: cualquier tipo de contribución, pública o privada, a un acontecimiento, una actividad o un individuo cuyo objetivo o efecto directo o indirecto sea la promoción de un producto del tabaco o el uso del tabaco.

d) Promoción: todo estímulo de la demanda de productos del tabaco, como anuncios, publicidad y actos especiales, entre otros, destinados a atraer la atención y suscitar el interés de los consumidores.

e) Espacios de uso público: lugares accesibles al público en general o lugares de uso colectivo, con independencia de su titularidad pública o privada. En cualquier caso, se consideran espacios de uso público los vehículos de transporte público o colectivo.

f) Dispositivo susceptible de liberación de nicotina: un producto, o cualquiera de sus componentes, incluidos un cartucho, un depósito y el dispositivo sin cartucho o depósito, que pueda utilizarse para el consumo de vapor que contenga nicotina a través de una boquilla. Los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina pueden ser desechables o recargables mediante un envase de recarga y un depósito, o recargables con cartuchos de un solo uso.

g) Tabaco de uso oral: todos los productos destinados al uso oral, con excepción de los productos para inhalar o mascar, constituidos total o parcialmente por tabaco en forma de polvo, de partículas finas o en cualquier combinación de esas formas, en particular los presentados en sobres de dosis o en sobres porosos.

h) Envase de recarga: un receptáculo de líquido que contiene a su vez nicotina, el cual puede utilizarse para recargar un dispositivo susceptible de liberación de nicotina.

i) Comercializar: poner productos, con independencia de su lugar de fabricación, a disposición de los consumidores, mediante pago o no de dichos productos, incluso mediante la venta a distancia. En caso de ventas a distancia transfronterizas, el producto debe estar comercializado en el Estado miembro donde se encuentra el consumidor.

j) Ventas a distancia transfronterizas: venta a distancia a los consumidores, cuando, en el momento en que se encarga el producto, el consumidor se encuentra en un Estado miembro diferente del Estado miembro o el tercer país en el que está establecido el establecimiento minorista. Se considerará que un establecimiento minorista está establecido en un Estado miembro:

1.º En caso de una persona física, si su centro de actividad comercial se encuentra en ese Estado miembro.

2.º En otros casos, si tiene su sede social, su administración central o su actividad comercial, incluida una sucursal, una agencia u otro tipo de establecimiento en ese Estado miembro.

2. A efectos de esta Ley, en el ámbito de la hostelería, se entiende por espacio al aire libre todo espacio no cubierto o todo espacio que estando cubierto esté rodeado lateralmente por un máximo de dos paredes, muros o paramentos.

CAPÍTULO II

Limitaciones a la venta, suministro y consumo de los productos del tabaco

Artículo 3. *Venta y suministro de los productos del tabaco.*

1. La venta y suministro al por menor de productos del tabaco sólo podrá realizarse en la red de expendedurías de tabaco y timbre o a través de máquinas expendedoras, ubicadas en establecimientos que cuenten con las autorizaciones administrativas oportunas, para la venta mediante máquinas, y queda expresamente prohibido en cualquier otro lugar o medio.

2. Se prohíbe vender o entregar a personas menores de dieciocho años productos del tabaco, así como cualquier otro producto que le imite e induzca a fumar. En particular, se prohíbe la venta de dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan forma de productos del tabaco y puedan resultar atractivos para los menores. Igualmente, se prohíbe la venta de tabaco por personas menores de dieciocho años.

En el empaquetado de los productos del tabaco deberá incluirse una referencia expresa a la prohibición de su venta a menores de dieciocho años.

3. En todos los establecimientos en los que esté autorizada la venta y suministro de productos del tabaco, se instalarán en lugar visible carteles que, de acuerdo con las características que señalen las normas autonómicas en su respectivo ámbito territorial, informen, en castellano y en las lenguas cooficiales, de la prohibición de venta de tabaco a los menores de dieciocho años y adviertan sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco. En estos establecimientos se exigirá a todas las personas compradoras, salvo que sea evidente que son mayores de edad, acreditar dicha edad mediante documento de valor oficial.

4. Se prohíbe la comercialización, venta y suministro de cigarrillos y cigarritos no provistos de capa natural en unidades sueltas o empaquetamientos de menos de 20 unidades.

Se prohíbe, asimismo, la comercialización del tabaco de uso oral.

5. Se prohíbe, en el ejercicio de una actividad comercial o empresarial, la entrega, suministro o distribución de muestras de cualquier producto del tabaco, sean o no gratuitas, y la venta de productos del tabaco con descuento.

Se presume que la entrega, suministro o distribución de muestras tiene lugar en el ejercicio de una actividad comercial o empresarial cuando se efectúa directamente por el fabricante, productor, distribuidor, importador o vendedor.

6. Se prohíbe la venta y suministro de productos del tabaco por cualquier otro método que no sea la venta directa personal o a través de máquinas expendedoras que guarden las condiciones señaladas en el artículo siguiente. Queda expresamente prohibida la venta o suministro al por menor de productos del tabaco de forma indirecta o no personal, mediante la venta a distancia o procedimientos similares.

7. El Gobierno, mediante Real Decreto, determinará los contenidos y componentes de los productos del tabaco, en especial los elementos adictivos, así como las condiciones de etiquetado que éstos deberán cumplir.

Artículo 4. *Venta y suministro a través de máquinas expendedoras.*

La venta y el suministro a través de máquinas expendedoras se realizará de acuerdo con las siguientes condiciones:

a) Uso: se prohíbe a los menores de dieciocho años el uso de máquinas expendedoras de productos del tabaco.

b) Ubicación: Las máquinas expendedoras de productos del tabaco sólo podrán ubicarse en el interior de quioscos de prensa situados en la vía pública y en locales cuya actividad principal sea la venta de prensa con acceso directo a la vía pública, en las tiendas de conveniencia previstas en el artículo 5.4 de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios

Comerciales, que estén ubicadas en estaciones de servicio o que aporten certificación acreditativa de esa condición, expedida por la autoridad competente en materia de comercio, así como en aquellos locales a los que se refieren las letras k, t y u del artículo 7 en una localización que permita la vigilancia directa y permanente de su uso por parte del titular del local o de sus trabajadores.

En paralelo a la venta a través de máquinas expendedoras, se permitirá la venta manual de cigarros y cigarritos provistos de capa natural en dichos locales que cuenten con la autorización administrativa otorgada por el Comisionado para el Mercado de Tabaco.

No se podrán ubicar en las áreas anexas o de acceso previo a los locales, como son las zonas de cortavientos, porches, pórticos, pasillos de centros comerciales, vestíbulos, distribuidores, escaleras, soportales o lugares similares que puedan ser parte de un inmueble pero no constituyen propiamente el interior de éste.

c) Advertencia sanitaria: en la superficie frontal de las máquinas figurará, de forma clara y visible, en castellano y en las lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas, una advertencia sanitaria sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco, especialmente para los menores, de acuerdo con las características que señalen las normas autonómicas en su respectivo ámbito territorial.

d) Características: para garantizar el uso correcto de estas máquinas, deberán incorporar los mecanismos técnicos adecuados que permitan impedir el acceso a los menores de edad.

e) Incompatibilidad: en estas máquinas no podrán suministrarse otros productos distintos del tabaco.

f) Registro: las máquinas expendedoras de productos del tabaco se inscribirán en un registro especial gestionado por el Comisionado para el Mercado de Tabacos.

Artículo 5. *Prohibición de venta y suministro en determinados lugares.*

Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, queda prohibida la venta y suministro de productos del tabaco en los siguientes lugares:

a) Centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de Derecho público.

b) Centros sanitarios o de servicios sociales y sus dependencias.

c) Centros docentes, independientemente de la edad del alumnado y del tipo de enseñanza.

d) Centros culturales.

e) Centros e instalaciones deportivas.

f) Centros de atención y de ocio y de esparcimiento de los menores de edad.

g) En cualquier otro lugar, centro o establecimiento donde esté prohibido su consumo, así como en los espacios al aire libre señalados en el artículo 7, salvo lo previsto en la letra b) del artículo 4.

h) **Suprimida**

Artículo 6. *Limitaciones al consumo de los productos del tabaco.*

El consumo de productos del tabaco deberá hacerse exclusivamente en aquellos lugares o espacios en los que no esté prohibido.

Artículo 7. *Prohibición de fumar.*

Se prohíbe fumar, además de en aquellos lugares o espacios definidos en la normativa de las Comunidades Autónomas, en:

a) Centros de trabajo públicos y privados, salvo en los espacios al aire libre.

b) Centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de Derecho público.

c) Centros, servicios o establecimientos sanitarios, así como en los espacios al aire libre o cubiertos, comprendidos en sus recintos.

d) Centros docentes y formativos, salvo en los espacios al aire libre de los centros universitarios y de los exclusivamente dedicados a la formación de adultos, siempre que no sean accesos inmediatos a los edificios o aceras circundantes.

e) Instalaciones deportivas y lugares donde se desarrollen espectáculos públicos, siempre que no sean al aire libre.

f) Zonas destinadas a la atención directa al público.

g) Centros comerciales, incluyendo grandes superficies y galerías, salvo en los espacios al aire libre.

h) Centros de atención social.

i) Centros de ocio o esparcimiento, salvo en los espacios al aire libre.

j) Centros culturales, salas de lectura, exposición, biblioteca, conferencias y museos.

k) Salas de fiesta, establecimientos de juego o de uso público en general, salvo en los espacios al aire libre.

l) Áreas o establecimientos donde se elaboren, transformen, preparen, degusten o vendan alimentos.

m) Ascensores y elevadores.

n) Cabinas telefónicas, recintos de los cajeros automáticos y otros espacios cerrados de uso público de reducido tamaño. Se entiende por espacio de uso público de reducido tamaño aquel que no ocupe una extensión superior a cinco metros cuadrados.

ñ) Estaciones de autobuses, salvo en los espacios que se encuentren al aire libre, vehículos o medios de transporte colectivo urbano e interurbano, vehículos de transporte de empresa, taxis, ambulancias, funiculares y teleféricos.

o) Todos los espacios del transporte suburbano (vagones, andenes, pasillos, escaleras, estaciones, etc.), salvo en los espacios que se encuentren por completo al aire libre.

p) Estaciones, puertos y medios de transporte ferroviario y marítimo, salvo en los espacios al aire libre.

q) Aeropuertos, salvo en los espacios que se encuentren al aire libre, aeronaves con origen y destino en territorio nacional y en todos los vuelos de compañías aéreas españolas, incluidos aquellos compartidos con vuelos de compañías extranjeras.

r) Estaciones de servicio y similares.

s) Cualquier otro lugar en el que, por mandato de esta Ley o de otra norma o por decisión de su titular, se prohíba fumar.

t) Hoteles, hostales y establecimientos análogos, salvo en los espacios al aire libre. No obstante, podrán habilitarse habitaciones fijas para fumadores, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 8.

u) Bares, restaurantes y demás establecimientos de restauración cerrados.

v) Salas de teatro, cine y otros espectáculos públicos que se realizan en espacios cerrados.

w) Recintos de los parques infantiles y áreas o zonas de juego para la infancia, entendiendo por tales los espacios al aire libre acotados que contengan equipamiento o acondicionamientos destinados específicamente para el juego y esparcimiento de menores.

x) En todos los demás espacios cerrados de uso público o colectivo.

Artículo 8. *Habilitación de zonas para fumar.*

En los lugares designados en la letra t) del artículo anterior se podrán reservar hasta un 30% de habitaciones fijas para huéspedes fumadores, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

a) Estar en áreas separadas del resto de habitaciones y con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.

b) Estar señalizadas con carteles permanentes.

c) Que el cliente sea informado previamente del tipo de habitación que se pone a su disposición.

d) Que los trabajadores no puedan acceder a las mismas mientras se encuentra algún cliente en su interior, salvo casos de emergencia.

CAPÍTULO III

Regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco

Artículo 9. *Limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco.*

1. Queda prohibido el patrocinio de los productos del tabaco, así como toda clase de publicidad, y promoción de los citados productos en todos los medios y soportes, incluidas las máquinas expendedoras y los servicios de la sociedad de la información, con las siguientes excepciones:

a) Las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales que intervienen en el comercio del tabaco.

b) Las presentaciones de productos del tabaco a profesionales del sector en el marco de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de ordenación del mercado de tabacos y normativa tributaria, así como la promoción de dichos productos en las expendedurías de tabaco y timbre del Estado, siempre que no tenga como destinatarios a los menores de edad ni suponga la distribución gratuita de tabaco o de bienes y servicios relacionados exclusivamente con productos del tabaco o con el hábito de fumar o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco. En todo caso, el valor o precio de los bienes o servicios citados no podrá ser superior al cinco por ciento del precio de los productos del tabaco que se pretenda promocionar.

En ningún caso, dichas actividades podrán realizarse en los escaparates ni extenderse fuera de dichos establecimientos, ni dirigirse al exterior.

c) Las publicaciones que contengan publicidad de productos del tabaco, editadas o impresas en países que no forman parte de la Unión Europea, siempre que dichas publicaciones no estén destinadas principalmente al mercado comunitario, salvo que estén dirigidas principalmente a los menores de edad.

2. Se prohíbe, fuera de la red de expendedurías de tabaco y timbre del Estado, la distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios o cualquier otra actuación, cuyo objetivo o efecto directo o indirecto, principal o secundario, sea la promoción de un producto del tabaco.

3. Se prohíbe en todos los medios de comunicación, incluidos los servicios de la sociedad de la información, la emisión de programas o de imágenes en los que los presentadores, colaboradores o invitados:

a) Aparezcan fumando.

b) Mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco.

Artículo 10. *Reglas aplicables a denominaciones comunes.*

Queda prohibido el empleo de nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para identificar en el tráfico productos del tabaco y, simultáneamente, otros bienes o servicios y sean comercializados u ofrecidos por una misma empresa o grupo de empresas.

A tal efecto, se considerarán pertenecientes a un mismo grupo las empresas que constituyan una unidad de decisión, porque alguna de ellas ejerza o pueda ejercer, directa o indirectamente, el control de las demás, o porque dicho control corresponda a una o varias personas físicas que actúen sistemáticamente en concierto. Se presumirá que existe en todo caso unidad de decisión cuando concurra alguno de los supuestos previstos en el apartado 1 del artículo 42 del Código de Comercio y en el artículo 4 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

CAPÍTULO IV

Medidas de prevención del tabaquismo, de promoción de la salud y de facilitación de la deshabituación tabáquica

Artículo 11. *Acciones y programas.*

Las Administraciones públicas competentes promoverán directamente y en colaboración con sociedades científicas, agentes sociales y organizaciones no gubernamentales, acciones y programas de educación para la salud, información sanitaria y de prevención del tabaquismo.

Artículo 12. *De los programas de deshabituación tabáquica.*

Las Administraciones públicas competentes promoverán el desarrollo de programas sanitarios para la deshabituación tabáquica en la red asistencial sanitaria, en especial en la atención primaria. Asimismo, se promoverán los programas de promoción del abandono del consumo de tabaco en instituciones docentes, centros sanitarios, centros de trabajo y entornos deportivos y de ocio. La creación de unidades de deshabituación tabáquica se potenciará y promoverá en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, que también definirá los grupos prioritarios que resulten más vulnerables.

El acceso a tratamientos de deshabituación tabáquica, cuya eficacia y coste-efectividad haya sido avalada por la evidencia científica, se potenciará y promoverá en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, valorando, en su caso, su incorporación a la cartera de servicios del Sistema Nacional de Salud.

Artículo 13. *Adopción de medidas.*

En la adopción de las medidas a que se refiere este capítulo, se atenderá, de manera particular, la perspectiva de género y las desigualdades sociales. Asimismo, las Administraciones públicas competentes promoverán las medidas necesarias para la protección de la salud y la educación de los menores, con el fin de prevenir y evitar el inicio en el consumo y de ayudar a estos en el abandono de la dependencia. Se introducirán contenidos orientados a la prevención y a la concienciación contra el tabaquismo en los planes formativos del profesorado. Se potenciará la puesta en marcha de programas de actuación en la atención pediátrica infantil, con información específica para los padres fumadores y campañas sobre los perjuicios que la exposición al humo provoca en los menores.

Artículo 14. *Criterios y protocolos de las unidades de prevención y control del tabaquismo.*

El Ministerio de Sanidad y Consumo establecerá, en coordinación con las Comunidades Autónomas y las sociedades científicas correspondientes, los criterios y protocolos definitorios de las unidades de prevención y control del tabaquismo.

Artículo 15. *Colaboración de los poderes públicos.*

De conformidad con los objetivos de esta Ley, el Gobierno, en colaboración con las Comunidades Autónomas, y en el seno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, propondrá las iniciativas, programas y actividades a desarrollar para el mejor cumplimiento de esta Ley y coordinará las actuaciones intersectoriales e interterritoriales.

Artículo 16. *Del Observatorio para la Prevención del Tabaquismo.*

(Derogado)

Artículo 17. *Del destino de las sanciones impuestas.*

Las Administraciones competentes podrán destinar total o parcialmente los importes por la recaudación de sanciones, dispuestas conforme a lo establecido en esta Ley, al desarrollo de programas de investigación, de educación, de prevención, de control del tabaquismo y de facilitación de la deshabituación tabáquica.

CAPÍTULO V

Régimen de infracciones y sanciones

Artículo 18. *Disposiciones generales.*

1. La potestad sancionadora regulada en esta Ley se ejercerá, en todo lo no previsto en ella, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro tipo que puedan concurrir.

2. En los procedimientos sancionadores por infracciones graves o muy graves se podrán adoptar, con arreglo a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sus normas de desarrollo, y sin perjuicio de las que pudieran establecer las normas de las Comunidades Autónomas, las medidas de carácter provisional previstas en dichas normas que se estimen necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte, el buen fin del procedimiento, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y las exigencias de los intereses generales. En particular, podrán acordarse las siguientes:

a) En caso de infracciones muy graves, la suspensión temporal de la actividad del infractor y, en su caso, el cierre provisional de sus establecimientos.

b) El precinto, el depósito o la incautación de los productos del tabaco.

c) El precinto, el depósito o la incautación de registros, soportes y archivos informáticos y de documentos en general, así como de aparatos y equipos informáticos de todo tipo.

d) Advertir al público de la existencia de posibles conductas infractoras y de la incoación del expediente sancionador de que se trate, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.

En la adopción y cumplimiento de tales medidas se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando éstos pudieran resultar afectados.

En casos de urgencia y para la inmediata protección de los intereses implicados, las medidas provisionales previstas en este artículo podrán ser acordadas antes de la iniciación del expediente sancionador. Las medidas deberán ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los 15 días siguientes a su adopción, el cual podrá ser objeto del recurso que proceda. En todo caso, dichas medidas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento sancionador en dicho plazo o cuando el acuerdo de iniciación no contenga un pronunciamiento expreso acerca de aquellas. El órgano administrativo competente para resolver el procedimiento sancionador podrá imponer multas coercitivas por importe que no exceda de 6.000 euros por cada día que transcurra sin cumplir las medidas provisionales que hubieran sido acordadas.

3. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, a los seis meses. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años; las impuestas por faltas graves, a los dos años, y las impuestas por faltas leves, al año.

Artículo 19. *Infracciones.*

1. Las infracciones por incumplimiento de lo previsto en esta Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

2. Se considerarán infracciones leves:

a) Fumar en los lugares en que exista prohibición o fuera de las zonas habilitadas al efecto.

b) No disponer o no exponer en lugar visible en los establecimientos en los que esté autorizada la venta de productos del tabaco los carteles que informen de la prohibición de venta de tabaco a los menores de dieciocho años y adviertan sobre los perjuicios para la salud derivados del uso del tabaco.

c) Que las máquinas expendedoras no dispongan de la preceptiva advertencia sanitaria o no cumplan con las características legalmente preceptivas.

d) No informar en la entrada de los establecimientos de la prohibición de fumar o no cumplir el resto de obligaciones formales a que se refiere esta Ley.

e) **Suprimida**

f) La venta o comercialización de productos del tabaco por personas menores.

3. Se considerarán infracciones graves:

a) Habilitar zonas para fumar en establecimientos y lugares donde no esté permitida su habilitación.

b) Permitir fumar en los lugares en los que existe prohibición de hacerlo.

c) La acumulación de tres infracciones de las previstas en el apartado 2.a) del presente artículo.

d) La comercialización, venta y suministro de cigarrillos y cigarritos no provistos de capa natural en unidades de empaquetamiento de venta inferior a 20 unidades, así como por unidades individuales.

e) La venta y suministro de cigarros y cigarritos provistos de capa natural por unidades en aquellos lugares en los que ello no esté permitido.

f) La entrega o distribución de muestras de cualquier producto del tabaco, sean o no gratuitas.

g) La instalación o emplazamiento de máquinas expendedoras de labores de tabaco en lugares expresamente prohibidos.

h) El suministro o dispensación a través de máquinas expendedoras de tabaco de productos distintos al tabaco.

i) La venta y suministro de productos del tabaco mediante la venta a distancia o procedimientos similares, excepto la venta a través de máquinas expendedoras.

j) La distribución gratuita o promocional, fuera de la red de expendedurías de tabaco y timbre del Estado, de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco.

k) La venta de productos del tabaco con descuento.

l) La venta o entrega a personas menores de dieciocho años de productos del tabaco o de productos que imiten productos del tabaco e induzcan a fumar, así como de dulces, refrigerios, juguetes y otros objetos que tengan forma de productos del tabaco y puedan resultar atractivos para los menores.

m) Permitir a los menores de dieciocho años el uso de máquinas expendedoras de productos del tabaco.

n) Que las máquinas expendedoras no dispongan del mecanismo adecuado de activación o puesta en marcha por el titular del establecimiento.

ñ) La distribución gratuita o promocional de productos, bienes o servicios con la finalidad o efecto directo o indirecto de promocionar un producto del tabaco a menores de dieciocho años.

o) La comercialización de bienes o servicios utilizando nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco en condiciones distintas de las permitidas en el artículo 10 y en la disposición transitoria segunda.

p) La comercialización de productos del tabaco utilizando el nombre, la marca, el símbolo o cualquier otro signo distintivo de cualquier otro bien o servicio en condiciones distintas de las permitidas en esta Ley.

q) La venta, cesión o suministro de productos del tabaco incumpliendo las demás prohibiciones o limitaciones establecidas en esta Ley.

r) La distribución gratuita en las expendedurías de tabaco y timbre del Estado de bienes y servicios relacionados exclusivamente con productos del tabaco o con el hábito de fumar o que lleven aparejados nombres, marcas, símbolos o cualesquiera otros signos distintivos que sean utilizados para los productos del tabaco.

s) La comercialización de tabaco de uso oral.

t) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de comunicación de la información por parte de los fabricantes e importadores de productos de tabaco, de los

dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga y de los productos a base de hierbas para fumar.

u) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de registro de los fabricantes, importadores y distribuidores de los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga y de los productos a base de hierbas para fumar.

v) No cumplir los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de presentación y comercialización por parte de los fabricantes e importadores de productos a base de hierbas para fumar.

w) El incumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos en materia de fabricación, presentación, comercialización, calidad y seguridad de los productos del tabaco y de los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga.

x) La venta a distancia transfronteriza de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga.

4. Son infracciones muy graves la publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, salvo los supuestos previstos en el artículo 9.1.

Asimismo, constituye infracción muy grave la publicidad, promoción y patrocinio de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga que no estén permitidas.

Artículo 20. *Sanciones.*

1. Las infracciones leves se sancionarán con multa de 30 a 600 euros, salvo la consistente en fumar en lugares prohibidos prevista en el artículo 19.2.a), que será sancionada con multa de hasta 30 euros si la conducta infractora se realiza de forma aislada; las graves, con multa desde 601 euros hasta 10.000 euros, y las muy graves, desde 10.001 euros hasta 600.000 euros.

2. La cuantía de la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta el riesgo generado para la salud, la capacidad económica del infractor, la repercusión social de la infracción, el beneficio que haya reportado al infractor la conducta sancionada y la previa comisión de una o más infracciones a esta Ley. Las sanciones se dividirán, dentro de cada categoría, en tres grados, mínimo, medio y máximo. Se impondrán en grado máximo las sanciones por hechos cuyo perjudicado o sujeto pasivo sea un menor de edad y las que se impongan en los casos en los que la conducta infractora se realice con habitualidad o de forma continuada, salvo que la habitualidad o continuidad formen parte del tipo de la infracción. Se impondrán en grado mínimo cuando se cometan por un menor de edad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 21.8.

3. En todo caso, cuando la cuantía de la multa resulte inferior al beneficio obtenido por la comisión de la infracción, la sanción será aumentada hasta el doble del importe en que se haya beneficiado el infractor.

4. Si un mismo hecho u omisión fuera constitutivo de dos o más infracciones, tipificadas en ésta u otras Leyes, se tomará en consideración únicamente aquella que comporte la mayor sanción.

5. Cuando, a juicio de la Administración, la infracción pudiera ser constitutiva de delito o falta, el órgano administrativo dará traslado al Ministerio Fiscal y se abstendrá de proseguir el procedimiento sancionador mientras la autoridad judicial no se haya pronunciado. La sanción penal excluirá la imposición de la administrativa.

6. La exigencia de responsabilidades administrativas será compatible con las civiles o de otro orden que pudieran concurrir.

7. Las cuantías de las multas serán revisadas y actualizadas periódicamente por el Gobierno mediante real decreto.

Artículo 21. *Personas responsables.*

1. De las diferentes infracciones será responsable su autor, entendiendo por tal la persona física o jurídica que cometa los hechos tipificados como tales.

2. En el caso de las infracciones tipificadas en el artículo 19.2.b), d) y f) y 19.3.a), serán responsables los titulares de los establecimientos en los que se cometa la infracción.

3. De las infracciones tipificadas en el artículo 19.2.c) y 19.3.n) responderán solidariamente el fabricante, el importador, en su caso, el distribuidor y el explotador de la máquina.

4. De las infracciones tipificadas en el artículo 19.3.g) y h) será responsable el explotador de la máquina.

5. En el caso del artículo 19 en los apartados 3. b) y 3. l) en el supuesto de venta de productos del tabaco a menores de dieciocho años y del artículo 19.3. m), responderá el titular del local, centro o establecimiento en el que se cometa la infracción o, en su defecto, el empleado de aquel que estuviese a cargo del establecimiento o centro en el momento de cometerse la infracción. Si el titular del local, centro o establecimiento fuera una Administración pública, responderá dicha Administración, sin perjuicio de que ésta exija a sus autoridades y demás personal a su servicio la responsabilidad en que hubieran incurrido.

6. En el caso de la infracción tipificada en el artículo 19.3.l) de entrega a personas menores de dieciocho años de productos del tabaco, será responsable quien hubiera realizado la entrega al menor.

7. En el caso de infracciones en materia de publicidad, será considerado responsable solidario, además de la empresa publicitaria, el beneficiario de la publicidad, entendiendo por tal al titular de la marca o producto anunciado, así como el titular del establecimiento o espacio en el que se emite el anuncio.

8. Cuando sea declarada la responsabilidad de los hechos cometidos por un menor, responderán solidariamente con él sus padres, tutores, acogedores y guardadores legales o de hecho por este orden, en razón al incumplimiento de la obligación impuesta a éstos que conlleva un deber de prevenir la infracción administrativa que se impute a los menores. La responsabilidad solidaria vendrá referida a la pecuniaria derivada de la multa impuesta. Previo el consentimiento de las personas referidas y oído el menor, podrá sustituirse la sanción económica de la multa por las medidas reeducadoras que determine la normativa autonómica.

Artículo 22. *Competencias de inspección y sanción.*

1. La Administración General del Estado ejercerá las funciones de inspección y control, de oficio o a demanda de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones, en el ámbito del transporte aéreo, marítimo o terrestre, cuando éstos se desarrollen en el marco suprautonómico o internacional, así como en todos aquellos recintos, dependencias o medios que, por sus características, excedan del ámbito competencial de las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía.

2. Los órganos competentes de las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía, en su caso, ejercerán las funciones de control e inspección, de oficio o a instancia de parte, así como la instrucción de expedientes sancionadores e imposición de sanciones.

3. Las competencias sancionadoras de los órganos a que se refiere este artículo se entienden sin perjuicio de las que corresponden al Comisionado para el Mercado de Tabacos de acuerdo con la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria.

4. Tratándose de las infracciones cometidas a través de la radio o televisión, las Comunidades Autónomas ejercerán el control y la inspección para garantizar el cumplimiento de lo previsto en esta Ley y, en su caso, tramitarán los correspondientes procedimientos sancionadores e impondrán las oportunas sanciones en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuyos ámbitos de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, no sobrepasen sus respectivos límites territoriales. También serán competentes en relación con los servicios de televisión y radiodifusión cuya prestación se realice directamente por ellas o por entidades a las que hayan conferido un título habilitante dentro del correspondiente ámbito autonómico.

Corresponden al Estado, a través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, las competencias para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de esta Ley en los demás servicios de televisión y radio. En estos supuestos, no serán de aplicación las disposiciones contenidas en el capítulo V de la Ley 25/1994, de 12 de julio, de incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva 85/552/CEE, sobre la coordinación de

disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

5. Las infracciones que se cometan a través de servicios o dispositivos de la sociedad de la información serán sancionadas por las autoridades a que se refiere el artículo 43 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Artículo 23. *Ejercicio de acciones individuales y colectivas.*

1. El titular de un derecho o interés legítimo afectado podrá exigir ante los órganos administrativos y jurisdiccionales de cualquier orden la observancia y cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley.

2. En materia de publicidad, cualquier persona natural o jurídica que resulte afectada y, en general, quienes fueran titulares de un derecho subjetivo o un interés legítimo podrán solicitar la cesación de la publicidad contraria a esta Ley, en los términos previstos, según proceda, en las Leyes 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, y 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

3. Cuando la publicidad ilícita afecte a los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios, se podrá ejercitar la acción colectiva de cesación con amparo en las disposiciones citadas en el apartado 2.

Disposición adicional primera. *Venta manual de cigarros y cigarritos provistos de capa natural.*

No obstante lo dispuesto en los artículos 3.1 y 5.g), en lo que se refiere a la venta a través de la red de expendedurías de tabaco y timbre y de máquinas expendedoras, se permite la venta manual de cigarros y cigarritos provistos de capa natural en los establecimientos a que se refiere la letra u) del artículo 7, que cuenten con autorización administrativa otorgada por el Comisionado para el Mercado de Tabacos.

Disposición adicional segunda. *Régimen especial de los pequeños establecimientos de hostelería y restauración en los que está permitido fumar.*

(Suprimida)

Disposición adicional tercera. *Señalización de los centros o dependencias en los que existe prohibición de fumar y zonas habilitadas para fumar.*

En los centros o dependencias en los que existe prohibición legal de fumar deberán colocarse en su entrada, en lugar visible, carteles que anuncien la prohibición del consumo de tabaco y los lugares, en los que, en su caso, se encuentren las zonas habilitadas para fumar. Estos carteles estarán redactados en castellano y en la lengua cooficial con las exigencias requeridas por las normas autonómicas correspondientes.

Disposición adicional cuarta. *Régimen especial de la Comunidad Autónoma de Canarias.*

Lo dispuesto en esta ley se entiende sin perjuicio de las peculiaridades del Régimen Económico y Fiscal de Canarias respecto de la libertad comercial de los productos del tabaco en los establecimientos situados en el archipiélago canario, sin que esa excepción suponga limitación en la aplicación de las demás prescripciones contenidas en esta ley, en especial lo previsto en las letras a), b), c), d), e) y f) del artículo 5 y, en todo caso, las destinadas a la protección de los menores.

No obstante lo anterior, corresponde a la Comunidad Autónoma de Canarias, de conformidad con su Estatuto de Autonomía, adoptar las medidas que permitan el desarrollo económico y la ordenación de la actividad económica general en el sector del tabaco, sin perjuicio de lo establecido en la normativa del Derecho de la Unión Europea que resulten de aplicación y las competencias que correspondan al Estado.

La Comunidad Autónoma de Canarias mantendrá atribuidas las competencias de vigilancia, control e inspección sobre los fabricantes y comerciantes de tabaco de las islas.

Disposición adicional quinta. *Tiendas libres de impuestos.*

Las denominadas «tiendas libres de impuestos» autorizadas en puertos y aeropuertos, a las que se refiere el apartado 1) de la disposición adicional séptima de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria, podrán continuar desarrollando su actividad de venta de tabaco, de conformidad con lo previsto en la citada disposición.

Disposición adicional sexta. *Régimen especial de los establecimientos penitenciarios.*

Se exceptúa de lo dispuesto en el artículo 5.a), a las expendedurías de tabaco y timbre a que se refiere la disposición adicional séptima.2 de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria.

En los establecimientos penitenciarios se permite fumar a los internos en las zonas exteriores de sus edificios al aire libre, o en las salas cerradas habilitadas al efecto, que deberán estar debida y visiblemente señalizadas y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.

Disposición adicional séptima. *Normativa sobre prevención de riesgos laborales.*

Lo establecido en esta Ley se entiende sin perjuicio de las demás limitaciones y prohibiciones al consumo de tabaco, contenidas en la normativa sobre prevención de riesgos laborales, cuya vigilancia y control corresponde a la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

Disposición adicional octava. *Centros o establecimientos psiquiátricos.*

En los establecimientos psiquiátricos de media y larga estancia se permite fumar a los pacientes en las zonas exteriores de sus edificios al aire libre, o en una sala cerrada habilitada al efecto, que habrá de estar debida y visiblemente señalizada y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos.

Disposición adicional novena. *Clubes privados de fumadores.*

A los clubes privados de fumadores, legalmente constituidos como tales, no les será de aplicación lo dispuesto en esta Ley, relativo a la prohibición de fumar, publicidad, promoción y patrocinio, siempre que se realice en el interior de su sede social, mientras en las mismas haya presencia única y exclusivamente de personas socias.

A los efectos de esta Disposición, para ser considerado club privado de fumadores deberá tratarse de una entidad con personalidad jurídica, carecer de ánimo de lucro y no incluir entre sus actividades u objeto social la comercialización o compraventa de cualesquiera bienes o productos consumibles.

En ningún caso se permitirá la entrada de menores de edad a los clubes privados de fumadores.

Disposición adicional décima. *Centros residenciales de mayores o de personas con discapacidad.*

En los centros residenciales de mayores o de personas con discapacidad, se podrá habilitar una zona específica para fumadores, cuyo uso será exclusivo para residentes y deberá estar debida y visiblemente señalizada y contar con ventilación independiente o con otros dispositivos para la eliminación de humos, no pudiendo extenderse el permiso de fumar a las habitaciones ni al resto de las zonas comunes en dichos centros.

Disposición adicional undécima. *Informe a las Cortes Generales.*

El Ministerio de Sanidad y Política Social deberá remitir a las Cortes Generales, con carácter bienal y durante los cuatro años siguientes a la entrada en vigor de la Ley, un informe de evaluación del impacto de esta reforma sobre la salud pública.

Disposición adicional duodécima. *Consumo y venta a menores de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y productos similares.*

Uno. El consumo de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y productos similares queda sometido a las mismas previsiones establecidas para el consumo del tabaco que se recogen en el artículo 6, así como a las contempladas en los apartados 2 y 3 del artículo 3.

Dos. Se prohíbe el consumo de dichos dispositivos, en:

a) los centros y dependencias de las Administraciones públicas y entidades de derecho público.

b) los centros, servicios y establecimientos sanitarios, así como en los espacios al aire libre o cubiertos, comprendidos en sus recintos.

c) en los centros docentes y formativos, salvo en los espacios al aire libre de los centros universitarios y de los exclusivamente dedicados a la formación de adultos, siempre que no sean accesos inmediatos a los edificios y aceras circundantes.

d) en los medios de transporte público urbano e interurbano, medios de transporte ferroviario, y marítimo, así como en aeronaves de compañías españolas o vuelos compartidos con compañías extranjeras.

e) en los recintos de los parques infantiles y áreas o zonas de juego para la infancia, entendiendo por tales los espacios al aire libre acotados que contengan equipamiento o acondicionamiento destinados específicamente para el juego y esparcimiento de menores.

Tres. El consumo de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y productos similares queda sometido a las mismas previsiones establecidas para el consumo del tabaco que se recogen en las disposiciones adicionales sexta, segundo párrafo; octava y décima de esta ley, resultando de aplicación a dicho consumo las infracciones contempladas en las letras a) y d) del apartado 2 y letras a) b) c) y 1) del apartado 3 del art. 19, siendo el régimen sancionador el concordante para las mismas previsto en el Capítulo V.

Cuatro. En los centros o dependencias en los que existe prohibición legal de consumo de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y productos similares deberán colocarse en su entrada, en lugar visible, carteles que anuncien esta prohibición y los lugares, en los que, en su caso, se encuentren las zonas habilitadas para su consumo. Estos carteles estarán redactados en castellano y en la lengua cooficial con las exigencias requeridas por las normas autonómicas correspondientes.

Cinco. Se prohíbe la venta a distancia transfronteriza de dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga.

Disposición adicional decimotercera. *Limitaciones de la publicidad, promoción y patrocinio de los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga.*

En relación con los dispositivos susceptibles de liberación de nicotina y envases de recarga quedan prohibidas:

a) Las comunicaciones comerciales en los servicios de la sociedad de la información, en la prensa y en demás publicaciones impresas, que tengan por fin o por efecto directo o indirecto su promoción, con la excepción de las publicaciones destinadas exclusivamente a los profesionales del comercio de los productos y de las publicaciones que estén impresas y publicadas en terceros países, cuando dichas publicaciones no tengan por destino principal el mercado de la Unión Europea.

b) Las comunicaciones comerciales que tengan por fin o por efecto directo o indirecto su promoción en la radio.

c) Toda forma de contribución pública o privada a programas de radio que tenga por objeto o por efecto directo o indirecto su promoción.

d) Toda forma de contribución pública o privada a cualquier acto, actividad o individuo que tenga por objeto o por efecto directo o indirecto su promoción y que implique a varios Estados miembros, o tenga lugar en varios Estados miembros, o surta efectos transfronterizos de cualquier otro modo.

e) Las comunicaciones comerciales audiovisuales, tal como están definidas en el artículo 2.24 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Disposición transitoria primera. *Régimen transitorio de determinadas expendedurías y de las máquinas expendedoras.*

1. Las expendedurías de tabaco y timbre del Estado existentes a la fecha de entrada en vigor de esta Ley que se vean afectadas por la limitación establecida en el artículo 5.g) podrán continuar vendiendo labores del tabaco hasta la extinción de la concesión correspondiente. Los titulares de las restantes expendedurías a que hace referencia el artículo 5 dispondrán del plazo de un año, contado desde la entrada en vigor de esta Ley, para solicitar el cambio de emplazamiento de acuerdo con lo previsto en el artículo 39 del Real Decreto 1199/1999, de 9 de julio, por el que se desarrolla la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria, y se regula el estatuto concesional de la red de expendedurías de tabaco y timbre. Trascurrido dicho plazo, no se podrán vender productos del tabaco en tales lugares.

2. Los fabricantes, titulares y cesionarios de máquinas expendedoras de productos del tabaco dispondrán del plazo de un año contado desde la entrada en vigor de esta Ley para adaptar las máquinas a las exigencias y requisitos tecnológicos a que se refiere el artículo 4.d). Las máquinas de nueva fabricación deberán incorporar tales exigencias desde la fecha de entrada en vigor de esta Ley.

Disposición transitoria segunda. *Régimen transitorio de las denominaciones comunes.*

Las denominaciones comunes a que se refiere el artículo 10 que hubieran sido comercializadas con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley podrán continuar utilizándose, si bien los nombres, marcas, símbolos o signos distintivos deberán mostrar un aspecto claramente distinto del utilizado en el producto del tabaco y no incluir ningún otro signo distintivo ya usado para dicho producto.

A partir de la fecha de entrada en vigor de esta Ley, ningún bien o servicio que se introduzca en el mercado podrá utilizar nombres, marcas, símbolos u otros signos distintivos ya utilizados para un producto del tabaco.

Disposición transitoria tercera. *Régimen transitorio aplicable a la habilitación de zonas para fumar.*

Los requisitos para habilitar zonas para fumadores a que se refiere el apartado 2 del artículo 8, serán exigibles una vez transcurridos ocho meses, contados desde la entrada en vigor de esta Ley. Durante ese período, al menos, deberán estar debidamente señalizadas y separadas las zonas de fumadores y no fumadores.

Disposición transitoria cuarta.

Podrán seguir comercializándose hasta tres meses después de la entrada en vigor de la presente Ley las unidades de empaquetamiento de cigarrillos, y hasta seis meses después de la entrada en vigor las unidades de empaquetamiento de los demás productos del tabaco que no se ajusten a las disposiciones de esta Ley.

Disposición transitoria quinta.

(Derogada)

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas, además de cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta Ley, las siguientes:

a) El apartado 9 del artículo 4 de la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria.

b) El artículo 8.5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en lo referente a la publicidad del tabaco.

c) El Real Decreto 709/1982, de 5 de marzo, por el que se regula la publicidad y consumo del tabaco.

d) El Real Decreto 192/1988, de 4 de marzo, sobre limitaciones en la venta y uso del tabaco para la protección de la salud de la población, en la redacción dada por el Real Decreto 1293/1999, de 23 de julio.

e) El artículo 32 del Real Decreto 1199/1999, de 9 de julio, por el que se desarrolla la Ley 13/1998, de 4 de mayo, de Ordenación del Mercado de Tabacos y Normativa Tributaria y se regula el estatuto concesional de la red de expendedurías de tabaco y timbre.

Disposición final primera. *Fundamento constitucional.*

1. Esta Ley se dicta con carácter básico al amparo del artículo 149.1.1.ª, 16.ª, 18.ª y 27.ª de la Constitución.

Se exceptúa de lo anterior el artículo 10, que se dicta al amparo del artículo 149.1.9.ª de la Constitución.

2. Corresponde a las Comunidades Autónomas, en su respectivo ámbito territorial, aprobar las normas de desarrollo y ejecución de esta Ley, incluidas las características y advertencias sanitarias correspondientes.

Disposición final segunda. *Habilitación al Gobierno.*

El Gobierno dictará, en el ámbito de sus competencias, las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo y aplicación de esta Ley.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor el día 1 de enero de 2006, excepto las normas contenidas en el capítulo III, y las del capítulo V cuando se trate de sancionar infracciones cometidas en los supuestos a que se refiere el capítulo III, que entrarán en vigor el mismo día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 17

Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 240, de 5 de octubre de 2011
Última modificación: 29 de julio de 2025
Referencia: BOE-A-2011-15623

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

Los servicios sanitarios resultan imprescindibles para dar respuesta a los problemas de salud de la colectividad, pues consiguen atenuar los perjuicios de las enfermedades y permiten que se pueda recobrar la salud perdida y mejorar la calidad de vida de las personas enfermas. Pero no es el dispositivo asistencial el principal condicionante de nuestro nivel de salud, la salud se gana y se pierde en otros terrenos: antes del nacimiento pueden producirse exposiciones a distintos factores que de forma indeleble determinen la salud futura, y desde el nacimiento hasta la muerte se van acumulando experiencias vitales positivas o negativas que perfilan la salud. El entorno familiar, la educación, los bienes materiales, las desigualdades sociales y económicas, el acceso al trabajo y su calidad, el diseño y los servicios de las ciudades y barrios, la calidad del aire que se respira, del agua que se bebe, de los alimentos que se comen, los animales con los que convivimos, el ejercicio físico que se realiza, el entorno social y medioambiental de las personas, todo ello determina la salud. Las acciones de gobierno, a cualquier nivel, las intervenciones públicas o privadas, tienen en mayor o menor grado repercusiones sobre la salud. De ahí que el enfoque de la salud pública actual se dirige a conformar acciones que rebasan el ámbito de los servicios sanitarios y por tanto requieren nuevas formas de organización.

La Constitución Española de 1978 dio un paso clave en el camino de la mejora de la salud de la población al reconocer en su artículo 43 el derecho a su protección, encomendando para ello a los poderes públicos la organización y tutela de la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios. En su artículo 51, estableció la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

El derecho a la protección de la salud reconocido en la Constitución se interpretó usualmente como derecho a recibir cuidados sanitarios frente a la enfermedad. Por ello, la

Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, uno de los hitos fundamentales en nuestro esfuerzo organizado por hacer efectivo el derecho a la protección de la salud, estableció como uno de los principios generales en su artículo 3 que el sistema sanitario se orientase prioritariamente hacia la prevención y la promoción de la salud.

La Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud, dispuso las bases para una prestación asistencial de calidad por los servicios sanitarios. Este imprescindible desarrollo legislativo se orientó fundamentalmente a la importante tarea de ordenar y coordinar las actividades de la asistencia sanitaria, sin embargo, los esfuerzos que el conjunto de la sociedad debe hacer para asegurar un buen estado de salud mediante la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud no se han desarrollado de igual manera.

Los poderes públicos han de asegurar y mejorar la salud de la población, la actual y la futura, entendiendo la inversión en salud como una contribución decisiva al bienestar social, tanto por el efecto neto de la ganancia en salud como por la contribución a la sostenibilidad de los servicios sanitarios y sociales, sin olvidar la contribución a la sostenibilidad general por el aumento de la productividad asociada a la salud y por el efecto positivo que las políticas de cuidado del medio tienen en el entorno y en la salud humana. La excelente respuesta que hemos dado al requerimiento constitucional de protección de la salud desde la vertiente del cuidado de las personas enfermas, debe ahora complementarse con la vertiente preventiva y de protección y promoción de la salud.

La salud de la población española no sólo se ha beneficiado de unos servicios sanitarios de calidad y de la excelencia de los profesionales que en ellos trabajan, también lo ha hecho de su entorno, su clima, su entramado social y familiar, su alimentación y de muchos otros factores que han contribuido a situarla entre los países con mejores indicadores de salud del mundo. Pero hay nuevas realidades que atender que nos recuerdan que una sociedad avanzada debe pensar en la población del futuro, sin esperar a solucionar los problemas cuando sus servicios sociales y sanitarios ya no puedan dar respuestas. El creciente envejecimiento de la población, el aumento de familias monoparentales, el debilitamiento de las redes familiares y sociales acentuados por urbanismos dispersos, la globalización y sus riesgos emergentes, el consumismo, el uso creciente de las nuevas tecnologías, el modo de vida sedentario, los efectos del cambio climático o la inmigración, son algunos de estos nuevos fenómenos sociales. Nuevas realidades que conviven con otras que no por más antiguas están del todo resueltas, como la discapacidad intelectual, la salud mental, la plena integración de grupos étnicos minoritarios, la reclusión penitenciaria o las distintas situaciones de exclusión social. Los servicios sanitarios y sociales sólo serán sostenibles si aseguramos para nuestra población los mejores niveles de salud y autonomía posibles en todos los tramos de la vida y con la garantía de la máxima igualdad.

La búsqueda de la salud debe ser una tarea solidaria y compartida que no reconozca fronteras. Este aspecto cobra singular importancia en el mundo globalizado del siglo XXI, marcado por profundas desigualdades que siguen un patrón social entre países y dentro de los propios países, y hace de la aspiración a la equidad no sólo un fin, sino un medio para lograr una mejor salud para todas las personas. La equidad es al fin y al cabo consustancial a la salud y sólo las sociedades que procuran la igualdad consiguen buenos resultados en salud. Hoy las amenazas a la salud pública en el ámbito internacional no pueden detenerse o prevenirse mediante una sanidad de fronteras, de contención. Son la cooperación y la solidaridad las principales acciones de prevención, de ahí que no pueda abordarse la salud pública de cualquier territorio sin considerar la acción internacional como parte integrante de la política nacional de salud pública.

El objeto de esta ley es dar una respuesta completa y actual al requerimiento contenido en el artículo 43 de la Constitución Española y, en consecuencia, tratar de alcanzar y mantener el máximo nivel de salud posible de la población. La salud, definida como una forma de vivir autónoma, solidaria y gozosa, proporciona junto con la educación las mejores oportunidades para que una sociedad tenga bienestar. Por ser autónoma, la salud reconoce la libertad de escoger siendo consciente de las consecuencias, para lo cual hay que proporcionar una educación que asegure la capacidad crítica, la posibilidad de madurez democrática y participativa. Al fin y al cabo, educación y salud conforman parte de la materia prima que sustenta una sociedad democrática. Ambas se relacionan íntimamente y facilitan

el deseable bienestar social y el necesario desarrollo económico sostenible. Existe suficiente conocimiento científico para poder asegurar que un alto nivel de salud mejora la productividad en todos los ámbitos analizados, de ahí que la inversión en salud, incluyendo la inversión en las estructuras que aseguran la salud de la población, sea una de las políticas públicas más rentables y, si además respeta la equidad efectiva, esencialmente justa.

Alcanzar las mayores ganancias de salud, objeto de esta ley, requiere que la sociedad se organice de forma que se fomente, proteja y promueva la salud de las personas, tanto en su esfera individual como colectiva, y que ello se haga desde el riguroso conocimiento científico y con la anticipación necesaria. Esta organización de la sociedad requiere un sistema de salud pública que aúne, coordine y medie en tres ámbitos de acción: 1) el propio de los dispositivos de salud pública; 2) las acciones de prevención y promoción de la salud en los servicios sanitarios, y 3) las acciones y programas que, sin ser sanitarios, tienen efecto sobre la salud y que gestionados adecuadamente pueden alcanzar sus objetivos primarios asegurando al tiempo los mejores resultados en salud.

Los dispositivos de salud pública, especializados en la salud de la colectividad, vigilan el estado de salud de la población y sus determinantes, advirtiendo de las potenciales ganancias en salud de diferentes políticas o intervenciones; responden a las amenazas sobre la salud de la población y a las crisis sanitarias; implantan acciones en las áreas de protección de la salud, mediante la prevención de los efectos negativos de diversos elementos del entorno tal como consideran la sanidad ambiental, la salud laboral, la seguridad alimentaria o la sanidad exterior; en el área de promoción de la salud, contribuyen a capacitar a la ciudadanía para adoptar de forma informada y libre aquellas decisiones que mejor sirvan a su salud y bienestar; y en el área de la prevención de la enfermedad y de las lesiones, mediante vacunaciones y otras intervenciones poblacionales. Estas actuaciones requieren unas bases comunes de implantación en España que incluya garantías de máxima calidad, una cohesión humana que permita disponer de la mejor inteligencia de salud pública de nuestra sociedad allí donde sea necesaria y una organización que responda a los retos de la salud pública actual.

Los servicios sanitarios encuadrados en el Sistema Nacional de Salud realizan algunas acciones preventivas además de las curativas, cuidadoras y de rehabilitación. Sin embargo, los servicios sanitarios y en especial la atención primaria de salud, deben asumir un papel más relevante en la acción preventiva y en la salud comunitaria. La efectividad de estas actividades preventivas se asegura mediante una adecuada coordinación con las acciones de salud pública y mediante una organización que permita aportar a los servicios sanitarios las mejores recomendaciones preventivas, dando prioridad a aquellas acciones más eficientes, optimizando así los recursos y evitando perjuicios innecesarios por acciones preventivas ineficaces.

Son imprescindibles instrumentos que, más allá de las acciones iniciadas desde el ámbito sanitario, aseguren que la salud se considera como uno de los resultados esperados de las diversas políticas e intervenciones en todos los niveles de gobierno. La salud de la población está determinada por las políticas e intervenciones en otros ámbitos, por tanto, se hace necesario que desde las Administraciones públicas se asegure el marco normativo que maximice el nivel de salud sin detrimento de otros bienes sociales que contribuyen al bienestar de la sociedad. Los grandes retos de salud actuales sólo pueden abordarse con garantías de éxito si el conjunto de la sociedad se gobierna teniendo en cuenta y maximizando los resultados que las diversas actuaciones y normas tienen en la salud. Poner la salud y equidad en todas las políticas requiere una organización que permita una adecuada coordinación entre el sector salud y otros sectores, buscando las sinergias en sus políticas o la necesaria protección de la salud cuando éstas no sean posibles.

Esta descripción de los ámbitos de acción ya adelanta algunos de los criterios que justifican y fundamentan la reforma de la organización de la salud pública que afronta esta ley. España, por las características de su desarrollo económico y social, debe orientarse hacia la garantía en seguridad sanitaria. Esto significa que es necesaria la capacidad de influencia internacional para actuar en aquellas decisiones que afectan a la salud pública y que todo lo relacionado con el tráfico internacional de bienes, servicios y personas que concierna a España, debe estar especialmente cuidado desde la vertiente de la salud pública, requiriendo para ello estructuras adecuadas. De igual forma, las políticas e

intervenciones desarrolladas en España en cualquier ámbito deben ser reconocidas por cuidar no solo el entorno sino también la salud requiriendo para ello una disposición normativa que lo exija. La apuesta de España por la seguridad sanitaria va enlazada a intereses económicos en comercio y turismo, pero también a la capacidad de influencia en las decisiones en ámbitos internacionales que afectan a la salud de las poblaciones. Estos retos pueden afrontarse con éxito y en la presente ley se introducen las disposiciones oportunas para ello.

La propia seguridad sanitaria se basa en unos adecuados servicios de información en salud pública con una red de centros bien coordinados. La situación actual puede dar un notable paso en calidad y funcionamiento si se ordenan los centros emisores de información de vigilancia en salud pública.

El desarrollo científico mundial sobre acciones y políticas de salud pública debe potenciarse a fin de que sea capaz de emitir recomendaciones fundamentadas científicamente, tal como ocurre en los ámbitos sanitarios asistenciales. En España se cuenta con suficiente desarrollo científico como para poder disponer de recomendaciones sólidas en salud pública y, si se dispone de la organización oportuna, avanzar considerablemente en el desarrollo de acciones basadas en el conocimiento.

Muchas de las acciones que perfilan la salud de la población son competencia de las comunidades autónomas, las ciudades de Ceuta y Melilla y los municipios; sin embargo, hay determinantes de la salud cuya modificación sólo pueden hacerse en el ámbito nacional o supranacional. Igualmente, hay acciones de salud pública cuya eficacia y eficiencia social se multiplican cuando se implantan o se ejercen de forma coordinada a nivel estatal o internacional. Además, el desarrollo de la estructura territorial es heterogéneo, como también lo son las capacidades. No se trata de armonizar actuaciones para complementar actividades realizadas por las Administraciones autonómicas y locales, lo cual ya está dispuesto normativamente, se requiere una organización que efectivamente consiga la cohesión humana en términos de saberes, experiencia y excelencia en salud pública, para que los mejores recursos en salud pública de España estén siempre a disposición de cualquier comunidad y cualquier persona y para influir y actuar en la esfera internacional contribuyendo a la salud global. La inteligencia en salud pública, entendida ésta como el conjunto de personas con capacidad profesional y científica para abordar problemas de salud pública, es de alto nivel en España, pero no se ha trabado aún una organización que aproveche eficientemente estos recursos consiguiendo la cohesión humana imprescindible.

Esta Ley General de Salud Pública da respuesta a las necesidades y retos enumerados y a otros que se concretan en la descripción del contenido que a continuación se pormenoriza.

La ley, que establece las bases legales que sustentan las acciones de coordinación y cooperación de las Administraciones públicas en materia de salud pública, se estructura en un título preliminar, seis títulos, tres disposiciones adicionales, una disposición derogatoria y cinco disposiciones finales.

El Título preliminar establece en su capítulo I el objeto y ámbito de la ley. En el capítulo II se recogen los principios generales de la salud pública, que deben garantizarse en las actuaciones de salud pública. Entre otros, destaca el requisito de que la equidad y la salud guíen el conjunto de las políticas de gobierno.

El Título I consta de tres capítulos y se ocupa de los derechos y deberes de los ciudadanos y de las obligaciones de las Administraciones en salud pública. La ley reconoce el derecho de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que los representen, a la información en materia de salud pública, con las limitaciones previstas en la normativa vigente.

En el capítulo I se desarrollan los derechos de los ciudadanos en materia de salud pública, dando importancia a valores tales como la información, la participación, la igualdad, la confidencialidad, intimidad y dignidad. En el capítulo II se establecen los deberes de los ciudadanos. En el capítulo III se abordan las obligaciones de las Administraciones públicas, estableciendo los mecanismos para lograr que las actividades de tipo científico y de asesoramiento en materia de salud pública no estén sesgadas por intereses ajenos a la salud de la población y el bien público y sean independientes. Se refuerza con ello la

confianza de la población en la autoridad sanitaria y en sus recomendaciones de salud pública.

El Título II describe las actuaciones de salud pública. Los capítulos I y II están dedicados a la regulación de la vigilancia y promoción de la salud. Basándose en la experiencia ya desarrollada en la materia, particularmente en la vigilancia de las enfermedades transmisibles, se extiende ahora a los condicionantes de los problemas de salud que son el objeto de las políticas para mejorarla. Esta ley dispone las bases de una vigilancia integral de salud pública que abarca todos los condicionantes de la salud y el propio estado de salud. De igual forma el sistema de información en salud pública complementa el trabajo del Instituto de Información Sanitaria cuyas funciones dispuso la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud en el ámbito de los sistemas de información sanitaria y se desarrollan considerando las competencias que la Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública asigna al Instituto Nacional de Estadística en la coordinación de la actividad estadística de la Administración General del Estado. Actualmente, se dispone de avanzados indicadores sobre enfermedad, sobre asistencia sanitaria y sobre algunas conductas relacionadas con la salud, pero no está integrada con información procedente de otros ámbitos sociales, ambientales o de otro carácter que son esenciales para valorar la evolución de la salud pública y las políticas con ella relacionada. Con esta visión integral, el núcleo de la coordinación es el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad con las redes de vigilancia e información de las Administraciones autonómicas. Se articula la Red de Vigilancia en salud pública que se ocupa de coordinar el sistema de vigilancia de factores condicionantes, el de problemas de salud y los sistemas de alerta precoz y respuesta rápida.

El capítulo III establece las líneas generales que deben seguir las políticas en materia de prevención de problemas de salud y sus determinantes, que tienen por objeto reducir la incidencia y la prevalencia de ciertas enfermedades, lesiones y discapacidades en la población y atenuar sus consecuencias negativas mediante políticas de carácter sanitario, ambiental, económico, laboral, alimentario o de promoción de la actividad física, entre otras; se regulan también las actuaciones específicas sobre cribados, correspondiendo a las autoridades sanitarias promover que los mismos se implanten con la máxima calidad posible y la mayor accesibilidad posible para la población realizando las campañas oportunas. Esta ley debe ser un instrumento clave para evitar la implantación de acciones supuestamente preventivas cuyo beneficio no se ha demostrado científicamente y que pueden causar perjuicios.

El capítulo IV, dedicado a la coordinación de la promoción de la salud y la prevención de enfermedades y lesiones en el Sistema Nacional de Salud, sienta las bases para que éstas se implanten en los servicios sanitarios de una forma coordinada con las actuaciones de las estructuras de salud pública.

La importancia de una gestión sanitaria adaptada a la salud pública se trata en el capítulo V. Para alcanzar los objetivos descritos en esta ley es esencial que en todos los niveles y escalones asistenciales se coordine apropiadamente la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud, garantizando la reducción de los desequilibrios sociales y territoriales; por tanto, la gestión sanitaria atenderá a los resultados en salud.

Lo establecido en esta ley sobre gestión sanitaria está en línea con la propuesta del informe de la Organización Mundial de la Salud «Informe sobre la salud en el mundo 2000 - Mejorar el desempeño de los sistemas de salud» y los desarrollos posteriores en la esfera internacional, que abogan por una dirección de los servicios asistenciales guiada a mejorar la salud de la población.

El capítulo VI aborda las actuaciones de la salud pública en materia de protección de la salud que van dirigidas a la prevención de los efectos negativos que diversos elementos del medio pueden tener sobre la salud y el bienestar de las personas. Recoge los aspectos más relevantes en los que se sustenta la acción de gobierno de la sanidad ambiental, que cobra un espacio propio y definido en el ámbito de la salud pública. La salud humana depende en gran medida del entorno en que se desenvuelve la vida y por tanto es esencial la salubridad de los alimentos, el agua y el aire. Pero el entorno en el que se desenvuelve la vida humana no está constituido exclusivamente por el medio natural, sino que hay que considerar también el entorno socialmente construido conformado por la vivienda, el lugar de trabajo, el

colegio, los lugares de ocio, la ciudad en su conjunto y los estilos de vida. Se establecen asimismo las acciones en materia de salud laboral para conseguir la mejor prevención de riesgos en el ámbito laboral, y en coherencia con lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, y complementándola se facilita la promoción de la salud en ese mismo ámbito. La promoción y protección de la salud laboral, así como la prevención de los factores de riesgo en este ámbito, deben ser contempladas en la cartera de servicios de la salud pública.

El capítulo VII determina la aplicación en España de la evaluación de impacto en salud, es decir, la combinación de procedimientos, métodos y herramientas mediante la cual un programa o norma pueden ser evaluados en relación con sus efectos y la distribución de los mismos sobre la salud de la población. La necesidad de avanzar en la seguridad sanitaria aconseja que España sea de los países líderes en garantizar y promover la salud en sus acciones de gobierno, incluyendo, tal como se establece en este capítulo, las actuaciones necesarias para que se evalúe el impacto en la salud humana de las diversas actuaciones públicas. La inclusión de la evaluación de impacto en salud en nuestro ordenamiento jurídico puede situarnos en el grupo de los países más avanzados, propiciando la innovación en el desarrollo de reformas relacionadas con la economía sostenible que a su vez garanticen la seguridad sanitaria.

El capítulo VIII está dedicado a la sanidad exterior y la salud internacional, parte esencial de la salud pública y competencia exclusiva del Estado, según establece la Constitución Española. Una de las oportunidades que abre esta ley es la de adecuar los servicios y dispositivos del gobierno de España a las necesidades de un mundo globalizado. Se modifica el paradigma de sanidad exterior, entendiendo que además de una salud en fronteras debe desarrollarse una salud internacional en el sentido de considerar a España como un agente relevante de salud a escala internacional. Se trata no sólo de evitar la importación de enfermedades transmisibles, sino contribuir a un mundo más saludable.

Finalmente, el capítulo IX regula un Sistema de información en salud pública, que posibilita el intercambio de la información necesaria para el mejor desarrollo de las actuaciones en materia de salud pública, con respeto a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

El Título III regula la planificación y coordinación de la salud pública, con el objetivo de contribuir a mantener y mejorar la salud de la población a través de una organización que permita coordinar los recursos existentes de una manera eficiente.

Se dispone la articulación de la salud pública en España a través de la Estrategia de Salud Pública, que define las actuaciones dirigidas a los principales factores determinantes de la salud e identifica sinergias con políticas de otros departamentos y Administraciones.

Se crea asimismo el Consejo Asesor de Salud Pública como órgano colegiado de consulta y participación, adscrito al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, en el que están representados los departamentos de la Administración General del Estado cuyas políticas inciden en la salud y aquéllas otras Administraciones, organismos y organizaciones que aseguren una adecuada gobernanza del sistema.

El Título IV se ocupa del personal profesional y de investigación en salud pública, y se divide en dos capítulos. El primer capítulo habla de la formación y desarrollo profesional, y el segundo de la investigación. La existencia de profesionales en salud pública competentes es la mejor garantía de que la autoridad sanitaria, directamente o a través del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, cumple con sus obligaciones de defensa de la salud. Dada la diversidad de determinantes de la salud, el personal profesional de salud pública debe ser capaz de aplicar un amplio espectro de conocimientos y habilidades, lo que hace necesario integrar personas con diferentes perfiles académicos, por lo que se reconoce el carácter multidisciplinar de la salud pública. Ello supone que los profesionales de salud pública no son necesariamente profesionales sanitarios tal como se establece en la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias; no obstante, su desempeño profesional específico y principal, debe consistir en el desarrollo de las actuaciones descritas en el Título II y circunscritas a la salud pública. Por otra parte, si se pretende una salud pública con una orientación científica, basada en pruebas científicas, es imprescindible incluir la labor investigadora del personal profesional de salud pública. Para mejorar la calidad de las actuaciones en salud pública, éstas han de estar muy ligadas a un

tipo de actividad investigadora que promueva cauces de diseminación del conocimiento generado y de las buenas prácticas.

El Título V regula la autoridad sanitaria estatal y sus agentes. Así, esta autoridad, en el ejercicio de su responsabilidad y de acuerdo con las competencias que le correspondan en materia de salud pública, dictará disposiciones y tendrá facultades para actuar, mediante los órganos competentes en cada caso, en las actividades públicas o privadas para proteger la salud de la población. Asimismo, se establecen previsiones en materia de medidas especiales y cautelares.

La ley se completa con el Título VI que recoge las infracciones y sanciones, seguido de las disposiciones adicionales, derogatoria y finales.

TÍTULO PRELIMINAR

Disposiciones generales. La política de salud pública

CAPÍTULO I

Del objeto y ámbito de la ley

Artículo 1. *Objeto de la ley.*

Esta ley tiene por objeto establecer las bases para que la población alcance y mantenga el mayor nivel de salud posible a través de las políticas, programas, servicios, y en general actuaciones de toda índole desarrolladas por los poderes públicos, empresas y organizaciones ciudadanas con la finalidad de actuar sobre los procesos y factores que más influyen en la salud, y así prevenir la enfermedad y proteger y promover la salud de las personas, tanto en la esfera individual como en la colectiva.

La salud pública es el conjunto de actividades organizadas por las Administraciones públicas, con la participación de la sociedad, para prevenir la enfermedad así como para proteger, promover y recuperar la salud de las personas, tanto en el ámbito individual como en el colectivo y mediante acciones sanitarias, sectoriales y transversales.

Artículo 2. *Ámbito de la ley.*

Lo establecido en esta ley será de aplicación a las Administraciones públicas con carácter general y a los sujetos privados cuando específicamente así se disponga.

CAPÍTULO II

Principios generales de la salud pública

Artículo 3. *De los principios generales de acción en salud pública.*

Las Administraciones públicas y los sujetos privados, en sus actuaciones de salud pública y acciones sobre la salud colectiva, estarán sujetos a los siguientes principios:

a) Principio de equidad. Las políticas, planes y programas que tengan impacto en la salud de la población promoverán la disminución de las desigualdades sociales en salud e incorporarán acciones sobre sus condicionantes sociales, incluyendo objetivos específicos al respecto. Se considerará la equidad en todos los informes públicos que tengan un impacto significativo en la salud de la población. Igualmente, las actuaciones en materia de salud pública incorporarán la perspectiva de género y prestarán atención específica a las necesidades de las personas con discapacidad.

b) Principio de salud en todas las políticas. Las actuaciones de salud pública tendrán en cuenta las políticas de carácter no sanitario que influyen en la salud de la población, promoviendo las que favorezcan los entornos saludables y disuadiendo, en su caso, de aquellas que supongan riesgos para la salud.

Asimismo, las políticas públicas que incidan sobre la salud valorarán esta circunstancia conciliando sus objetivos con la protección y mejora de la salud.

c) Principio de pertinencia. Las actuaciones de salud pública atenderán a la magnitud de los problemas de salud que pretenden corregir, justificando su necesidad de acuerdo con los criterios de proporcionalidad, eficiencia y sostenibilidad.

d) Principio de precaución. La existencia de indicios fundados de una posible afectación grave de la salud de la población, aun cuando hubiera incertidumbre científica sobre el carácter del riesgo, determinará la cesación, prohibición o limitación de la actividad sobre la que concurran.

e) Principio de evaluación. Las actuaciones de salud pública deben evaluarse en su funcionamiento y resultados, con una periodicidad acorde al carácter de la acción implantada.

f) Principio de transparencia. Las actuaciones de salud pública deberán ser transparentes. La información sobre las mismas deberá ser clara, sencilla y comprensible para el conjunto de los ciudadanos.

g) Principio de integralidad. Las actuaciones de salud pública deberán organizarse y desarrollarse dentro de la concepción integral del sistema sanitario.

h) Principio de seguridad. Las actuaciones en materia de salud pública se llevarán a cabo previa constatación de su seguridad en términos de salud.

i) Principio de «Una sola salud». Las actuaciones de salud pública seguirán un enfoque unificador e integrado que procure equilibrar y optimizar de manera sostenible la salud de las personas, los animales y los ecosistemas, reconociendo su estrecha relación e interdependencia, interpelando a múltiples sectores, disciplinas y comunidades a trabajar conjuntamente para promover el bienestar y neutralizar las amenazas para la salud y los ecosistemas.

TÍTULO I

Derechos, deberes y obligaciones en salud pública

CAPÍTULO I

Derechos de los ciudadanos

Artículo 4. *Derecho a la información.*

Los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que los representen, tiene derecho a ser informados, con las limitaciones previstas en la normativa vigente, en materia de salud pública por las Administraciones competentes. Este derecho comprende en todo caso, los siguientes:

a) Recibir información sobre los derechos que les otorga esta ley, así como sobre las vías para ejercitar tales derechos.

b) Recibir información sobre las actuaciones y prestaciones de salud pública, su contenido y la forma de acceder a las mismas.

c) Recibir información sobre los condicionantes de salud como factores que influyen en el nivel de salud de la población y, en particular, sobre los riesgos biológicos, químicos, físicos, medioambientales, climáticos o de otro carácter, relevantes para la salud de la población y sobre su impacto. Si el riesgo es inmediato la información se proporcionará con carácter urgente.

d) Toda la información se facilitará desagregada, para su comprensión en función del colectivo afectado, y estará disponible en las condiciones y formato que permita su plena accesibilidad a las personas con discapacidad de cualquier tipo.

Artículo 5. *Derecho de participación.*

1. Los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que los representen, tiene derecho a la participación efectiva en las actuaciones de salud pública. Las Administraciones públicas competentes establecerán los cauces concretos que permitan hacer efectivo ese derecho.

2. Sin perjuicio del deber de colaboración, la participación en las actuaciones de salud pública será voluntaria, salvo lo previsto en la Ley Orgánica 3/1986, de 14 de abril, de Medidas especiales en materia de salud pública.

Artículo 6. *Derecho a la igualdad.*

1. Todas las personas tienen derecho a que las actuaciones de salud pública se realicen en condiciones de igualdad sin que pueda producirse discriminación por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación o identidad sexual, enfermedad o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
2. En especial, queda prohibida toda discriminación entre mujeres y hombres en las actuaciones de salud pública, de acuerdo con lo establecido por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como por la demás normativa existente en esta materia.
3. La enfermedad no podrá amparar diferencias de trato distintas de las que deriven del propio proceso de tratamiento de la misma, de las limitaciones objetivas que imponga para el ejercicio de determinadas actividades o de las exigidas por razones de salud pública.
4. Este derecho se concretará en una cartera de servicios básica y común en el ámbito de la salud pública, con un conjunto de actuaciones y programas. Dicha cartera de servicios incluirá un calendario único de vacunación y una oferta única de cribados poblacionales.

Artículo 7. *Derecho a la intimidad, confidencialidad y respeto de la dignidad.*

1. Todas las personas tienen derecho al respeto de su dignidad e intimidad personal y familiar en relación con su participación en actuaciones de salud pública.
2. La información personal que se emplee en las actuaciones de salud pública se regirá por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y en la Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la Autonomía del Paciente y de Derechos y Obligaciones en materia de Información y Documentación Clínica.

CAPÍTULO II

Deberes de los ciudadanos

Artículo 8. *Deber de colaboración.*

Los ciudadanos facilitarán el desarrollo de las actuaciones de salud pública y se abstendrán de realizar conductas que dificulten, impidan o falseen su ejecución.

Artículo 9. *Deber de comunicación.*

1. Las personas que conozcan hechos, datos o circunstancias que pudieran constituir un riesgo o peligro grave para la salud de la población los pondrán en conocimiento de las autoridades sanitarias, que velarán por la protección debida a los datos de carácter personal.
2. Lo dispuesto en el apartado anterior se entiende sin perjuicio de las obligaciones de comunicación e información que las leyes imponen a los profesionales sanitarios.

CAPÍTULO III

Obligaciones de las Administraciones públicas

Artículo 10. *Información pública sobre riesgos para la salud de la población.*

Sin perjuicio de las competencias que corresponden a otras autoridades públicas, las Administraciones sanitarias informarán sobre la presencia de riesgos específicos para la salud de la población. Esta información incluirá una valoración de su impacto en la salud, de las medidas que adopten las Administraciones sanitarias al respecto y de las recomendaciones para la población.

Artículo 11. *Colaboración en salud pública e imparcialidad en las actuaciones sanitarias.*

Las Administraciones sanitarias exigirán transparencia e imparcialidad a las organizaciones científicas y profesionales y a las personas expertas con quienes colaboren en las actuaciones de salud pública, incluidas las de formación e investigación, así como a las personas y organizaciones que reciban subvenciones o con las que celebren contratos, convenios, conciertos o cualquier clase de acuerdo.

A estos efectos, será pública la composición de los comités o grupos que evalúen acciones o realicen recomendaciones de salud pública, los procedimientos de selección, la declaración de intereses de los intervinientes, así como los dictámenes y documentos relevantes, salvo las limitaciones previstas por la normativa vigente.

Se desarrollarán reglamentariamente los requisitos para la declaración de conflicto de intereses por parte de los expertos y representantes de las organizaciones científicas y profesionales que compongan los comités o grupos que evalúen acciones o realicen recomendaciones de salud pública.

TÍTULO II

Actuaciones de salud pública

CAPÍTULO I

La vigilancia en salud pública

Artículo 12. *De la vigilancia en salud pública.*

1. La vigilancia en salud pública es el conjunto de actividades destinadas a recoger, analizar, interpretar y difundir información relacionada con el estado de la salud de la población y los factores que la condicionan, con el objeto de fundamentar las actuaciones de salud pública.

2. Sin perjuicio de las competencias que correspondan a otras autoridades, la vigilancia de salud pública tomará en cuenta, al menos, los siguientes factores:

1.º Los condicionantes sociales y las desigualdades que incidan en la salud con mediciones en el nivel individual y en el poblacional.

2.º Los riesgos ambientales y sus efectos en la salud, incluida la presencia de los agentes contaminantes en el medio ambiente y en las personas, así como el impacto potencial en la salud de la exposición a emisiones electromagnéticas.

3.º La seguridad alimentaria, incluyendo los riesgos alimentarios.

4.º Los riesgos relacionados con el trabajo y sus efectos en la salud.

5.º Las enfermedades no transmisibles.

6.º Las enfermedades transmisibles, incluyendo las zoonosis y las enfermedades emergentes.

7.º Los problemas de salud relacionados con el tránsito internacional de viajeros y bienes.

8.º Las lesiones y la violencia.

9.º Otros problemas para la salud pública de los que se tenga constancia.

3. Asimismo, la vigilancia en salud pública requiere contar con unos sistemas de alerta precoz y respuesta rápida que garanticen la detección y actuaciones precisas y coordinadas ante amenazas que supongan o puedan suponer un riesgo para la salud de la población en cualquier parte del territorio.

4. Las comunidades autónomas, las ciudades de Ceuta y Melilla y las Entidades locales asegurarán en el ámbito de sus competencias que los respectivos sistemas de vigilancia en salud pública cumplen en todo momento con las previsiones de esta ley. Asimismo, habrán de proporcionar la información que establezca la normativa nacional e internacional, con la periodicidad y desagregación que en cada caso se determine.

Artículo 13. *Articulación de la vigilancia en salud pública.*

1. Corresponde a la Administración General del Estado, a las comunidades autónomas, a las ciudades de Ceuta y Melilla y a la Administración local, en el ámbito de sus competencias, la organización y gestión de la vigilancia en salud pública.

2. Corresponde al Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, a través de la Comisión de Salud Pública, asegurar la cohesión y calidad en la gestión de los sistemas de vigilancia en salud pública.

3. Con el fin de coordinar los diferentes sistemas de vigilancia se creará la Red de Vigilancia en Salud Pública, que incluirá entre sus sistemas el de alerta precoz y respuesta rápida. Este sistema tendrá un funcionamiento continuo e ininterrumpido las veinticuatro horas del día. La configuración y funcionamiento de la Red de Vigilancia en salud pública serán determinados reglamentariamente.

Artículo 13 bis. *Articulación de la preparación y respuesta ante amenazas para la salud pública.*

1. Corresponde a la Administración General del Estado y a las comunidades autónomas y las Ciudades de Ceuta y Melilla, en el ámbito de sus competencias, la elaboración y el desarrollo de planes de preparación y respuesta frente a alertas sanitarias, para la respuesta eficaz y coordinada ante situaciones de riesgo para la salud pública.

2. El Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud establecerá los instrumentos que garanticen la interoperabilidad y coherencia de estos planes y los mecanismos de intercambio de información.

3. El Plan estatal de preparación y respuesta frente a amenazas para la salud pública que será aprobado mediante real decreto, previo informe del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, incluirá disposiciones relativas a los mecanismos de declaración de una situación de emergencia de salud pública de importancia estatal, de su gobernanza y de las capacidades y recursos necesarios para la respuesta.

Artículo 14. *De las competencias en vigilancia de la salud pública y en preparación y respuesta ante amenazas para la salud pública del Ministerio de Sanidad.*

Corresponden al Ministerio de Sanidad las siguientes funciones en materia de vigilancia en salud pública y en preparación y respuesta ante amenazas para la salud pública:

a) La gestión de alertas de carácter supraautonómico o que puedan trascender del territorio de una comunidad autónoma.

b) La gestión de alertas que procedan de la Unión Europea, la Organización Mundial de la Salud y demás organismos internacionales y, especialmente, de aquellas alertas contempladas en el Reglamento Sanitario Internacional (2005), en su caso, en coordinación con las comunidades autónomas y las Ciudades de Ceuta y Melilla.

c) Las previstas en el artículo 65 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud.

d) La coordinación y evaluación de la Red Estatal de Vigilancia en Salud Pública.

e) Velar por que los criterios utilizados en la vigilancia sean homogéneos, estén homologados y por la oportunidad, pertinencia y calidad de la información.

f) El diseño y la ejecución de una encuesta periódica de salud pública en coordinación con las comunidades autónomas y las Ciudades de Ceuta y Melilla.

g) La coordinación y gestión de los intercambios de la información correspondiente a la vigilancia tanto en el ámbito nacional como en el ámbito de la Unión Europea, de la Organización Mundial de la Salud y demás organismos internacionales relacionados con la salud pública.

h) La coordinación de los mensajes dirigidos a la población en el caso de que las autoridades sanitarias emitieran comunicados o recomendaciones en contextos de alerta o crisis sanitarias o que afecten a riesgos inciertos que pudiesen afectar a más de una comunidad autónoma. A estos efectos, las autoridades sanitarias informarán al Ministerio.

i) La difusión de la información derivada de la vigilancia en salud pública, sobre el estado de salud, equidad en salud y bienestar de la población, así como la influencia ejercida por los determinantes sociales de la salud.

j) La elaboración y desarrollo de los planes estatales de preparación y respuesta y la coordinación del desarrollo de las capacidades estatales necesarias para hacer frente a las emergencias de salud pública, incluidas aquellas relacionadas con contramedidas médicas. Asimismo, el conocimiento de los planes de preparación y respuesta elaborados y desarrollados por las comunidades autónomas en el ejercicio de sus competencias.

Artículo 15. *Recursos para la salud pública.*

Las Administraciones sanitarias públicas favorecerán la existencia de infraestructuras adecuadas para las actividades de salud pública, que comprenden los laboratorios y demás instalaciones y recursos físicos (empleados públicos) y virtuales de los servicios de salud pública, que cubran las necesidades específicas en materia de salud pública y aseguren la calidad de los servicios.

Asimismo, las Administraciones sanitarias públicas desarrollarán reglamentariamente el régimen específico de incentivos y ayudas públicas en el ámbito de la salud pública, que fomente la capacitación y cooperación de las personas físicas y jurídicas con la materia, basado en principios de publicidad, eficacia, transparencia y control, de acuerdo con los objetivos de la presente ley.

CAPÍTULO II

Promoción de la salud

Artículo 16. *La promoción de la salud.*

1. La promoción de la salud incluirá las acciones dirigidas a incrementar los conocimientos y capacidades de los individuos, así como a modificar las condiciones sociales, laborales, ambientales y económicas, con el fin de favorecer su impacto positivo en la salud individual y colectiva.

2. Las actuaciones de promoción de la salud prestarán especial atención a los ámbitos educativo, sanitario, laboral, local y de instituciones cerradas, como hospitales o residencias. En dichos ámbitos, el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad apoyará la creación y el fortalecimiento de redes.

3. El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad con la participación de las Comunidades Autónomas establecerá y actualizará criterios de buenas prácticas para las actuaciones de promoción de la salud y fomentará el reconocimiento de la calidad de las actuaciones.

4. Las organizaciones sociales podrán participar en el desarrollo de actividades de promoción de la salud. Las Administraciones públicas competentes promoverán la participación efectiva en las actuaciones de promoción de la salud de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que lo representen.

Artículo 17. *Medidas de fomento.*

1. Las Administraciones públicas apoyarán y colaborarán con las entidades y organizaciones que desarrollen actividades de salud pública, especialmente, en relación con los grupos más desfavorecidos o discriminados en cuestiones de salud pública.

2. Las Administraciones promoverán la incorporación de la salud pública como elemento integrante de la responsabilidad social corporativa.

Artículo 18. *Comunicación en salud pública.*

1. Las Administraciones sanitarias velarán por que la información sobre salud dirigida al público sea veraz y cumpla con las previsiones de esta ley, especialmente cuando sea difundida a través de los medios de comunicación social.

2. El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad pondrá a disposición de los medios de comunicación y otras organizaciones sociales los criterios de buenas prácticas a que se refiere el artículo 16.3, a fin de que alcancen su máxima difusión.

3. Los poderes públicos, en el ámbito de sus competencias, realizarán un control de la publicidad comercial para que se ajuste a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud, así como de recomendaciones públicas sobre la salud.

4. Las Administraciones públicas sanitarias contarán con la colaboración de los medios de comunicación para difundir recomendaciones sobre salud pública.

5. Las Administraciones públicas que desarrollen acciones en materia de comunicación en salud velarán por que la información esté adaptada social, cultural y lingüísticamente a aquellos sectores de la población destinatarios de la misma.

CAPÍTULO III

Prevención de problemas de salud y sus determinantes

Artículo 19. *La prevención de problemas de salud.*

1. La prevención tiene por objeto reducir la incidencia y la prevalencia de ciertas enfermedades, lesiones y discapacidades en la población y atenuar o eliminar en la medida de lo posible sus consecuencias negativas mediante políticas acordes con los objetivos de esta ley.

2. Las Administraciones públicas, en el ámbito de sus respectivas competencias:

a) Dirigirán las acciones y las políticas preventivas sobre los determinantes de la salud, entendiendo por tales los factores sociales, económicos, laborales, culturales, alimentarios, biológicos y ambientales que influyen en la salud de las personas.

b) Desarrollarán programas de prevención de la zoonosis y enfermedades emergentes y establecerán los necesarios mecanismos de coordinación con las Administraciones competentes en materia de prevención de factores de riesgo en la producción primaria.

c) Impulsarán otras acciones de prevención primaria, como la vacunación, que se complementarán con acciones de prevención secundaria como son los programas de detección precoz de la enfermedad.

d) Desarrollarán programas de prevención dirigidos a todas las etapas de la vida de las personas, con especial énfasis en la infancia y la vejez.

e) Fomentarán la prevención informando a la población de los beneficios de la misma y siguiendo los principios establecidos en el Capítulo II de este Título, para evitar el intervencionismo sanitario innecesario.

f) Podrán requerir, de acuerdo al procedimiento que se establezca reglamentariamente, el cese de aquellas prácticas sanitarias preventivas que se haya demostrado son ineficaces o innecesarias.

3. El Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud acordará:

a) Un calendario único de vacunas en España. Las comunidades autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla sólo podrán modificarlo por razones epidemiológicas.

b) La lista de acciones preventivas poblacionales e individuales que son recomendables.

c) Las acciones preventivas comunes que reúnan los criterios para ser implantadas en todo el territorio.

d) La valoración periódica de los programas preventivos comunes, la inclusión de nuevos programas o la suspensión de aquellos que no cumplan los objetivos para los que fueron diseñados.

4. Las organizaciones sociales podrán participar en el desarrollo de actividades de prevención de problemas de salud. Las Administraciones públicas competentes promoverán la participación efectiva en las actuaciones de prevención de problemas de salud de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que los representen.

Artículo 20. *Actuaciones específicas sobre cribados.*

1. A los efectos de esta ley se entiende por cribado aquellas actividades orientadas a la detección precoz de la enfermedad, su diagnóstico y tratamiento temprano, que se ofrecen

activamente al conjunto de la población susceptible de padecer la enfermedad, aunque no tenga síntomas ni haya demandado ayuda médica.

2. Las Autoridades sanitarias promoverán que el cribado se implante con la máxima calidad y la mayor accesibilidad para la población, realizando las campañas oportunas.

3. La práctica de pruebas diagnósticas a efectos de cribado, debe realizarse de acuerdo a los principios establecidos en el capítulo II del Título preliminar y a los criterios científicos que fundamentan el cribado, excluyéndose pruebas diagnósticas indiscriminadas o que carezcan de una justificación expresa de los objetivos de salud.

4. La normativa laboral puede prever la realización de pruebas de cribado para detectar estrictamente los riesgos específicos y enfermedades derivadas del trabajo, de conformidad con lo establecido en esta ley.

Artículo 21. *Reconocimientos sanitarios previos.*

1. Sólo se podrán realizar reconocimientos sanitarios previos a la incorporación laboral cuando así lo disponga la normativa vigente. Cuando se requiera la práctica de pruebas de detección precoz de enfermedad, esta debe ser justificada explícitamente en base a los riesgos laborales específicos y debe atenerse a los principios establecidos en el capítulo II del Título preliminar de esta ley y a los criterios científicos que fundamenten el cribado.

2. Solo se podrán realizar reconocimientos sanitarios previos a la práctica deportiva, cuando así lo disponga la normativa sectorial vigente. Estos deberán basarse en pruebas de acuerdo a los principios establecidos en el capítulo II del Título preliminar de esta ley y a los criterios científicos que fundamenten el cribado.

CAPÍTULO IV

La coordinación de la promoción de la salud y la prevención de enfermedades y lesiones en el Sistema Nacional de Salud

Artículo 22. *La prevención de enfermedades y la promoción de la salud en los servicios sanitarios.*

1. El conjunto de los servicios asistenciales del Sistema Nacional de Salud contribuirá al desarrollo integral de los programas de prevención y promoción, en coordinación con las estructuras de salud pública.

2. Las Administraciones sanitarias establecerán procedimientos para una coordinación efectiva de las actividades de salud pública que se desarrollen en un área sanitaria determinada con las realizadas en atención primaria, atención especializada, atención sociosanitaria, los servicios de prevención que realizan la vigilancia de la salud y cuando fuere preciso con los servicios de salud laboral así como para la colaboración con las oficinas de farmacia.

3. Las Administraciones sanitarias establecerán procedimientos de vigilancia de salud pública que permitan evaluar las actuaciones de prevención y promoción de la salud en el ámbito asistencial, manteniendo la correspondencia entre las poblaciones atendidas por equipos de atención primaria, atención especializada y los servicios de salud pública de un área determinada, ajustándose a lo dispuesto sobre las áreas sanitarias en el artículo 56 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

Artículo 23. *De la colaboración entre los servicios asistenciales y los de salud pública.*

1. Las Administraciones sanitarias adoptarán las medidas necesarias para que los servicios asistenciales y los de salud pública, establezcan una coordinación efectiva para desarrollar las siguientes acciones:

a) Intercambiar la información necesaria para la vigilancia en salud pública y sobre la situación de salud y sus condicionantes sociales para una mejor acción asistencial de la comunidad adscrita.

b) Realizar las tareas clínicas derivadas de la detección de riesgos para la salud pública.

c) Realizar exámenes diagnósticos derivados de acciones de protección de la salud en el ámbito de seguridad alimentaria y ambiental.

d) Ejecutar programas de prevención de acuerdo a las prioridades establecidas por cada Administración sanitaria facilitando su evaluación poblacional.

e) Desarrollar la atención familiar y comunitaria colaborando con las acciones de promoción de salud en su área de actuación.

f) Desarrollar acciones preventivas en el entorno vital de las personas incluido el hogar.

g) Aportar a los servicios asistenciales información científica actualizada para la mejor eficacia de las actuaciones de prevención y promoción.

h) Colaborar con la dirección estratégica de los equipos asistenciales para el cumplimiento de sus objetivos de salud.

i) Desarrollar los mecanismos de coordinación necesarios entre atención primaria y atención especializada con los dispositivos de prevención de riesgos laborales de las Áreas de Salud.

j) Establecer los mecanismos para comunicar la sospecha de enfermedades que podrían ser calificadas como profesionales entre los facultativos del Sistema Nacional de Salud, las entidades gestoras y colaboradoras de la Seguridad Social y los servicios de prevención que realizan la vigilancia de la salud.

2. Las acciones descritas en el apartado anterior serán aplicables en el ámbito local cuando éste disponga de servicios de salud pública municipales.

Artículo 24. *De la colaboración de otros centros y establecimientos sanitarios con la salud pública.*

1. Las Administraciones sanitarias podrán prever la colaboración de las oficinas de farmacia, centros o establecimientos de veterinaria o de otros servicios sanitarios comunitarios en los programas de salud pública.

2. Las Administraciones podrán habilitar en su caso a estos servicios para realizar las siguientes acciones:

a) Participar en los programas y estrategias de salud pública que diseñen los servicios de salud pública de nivel local, autonómico y estatal.

b) Realizar actividades de promoción de la salud y prevención de enfermedades.

c) Desarrollar actividades en sanidad animal, específicamente aquellas que contribuyen a prevenir zoonosis y otros problemas relacionados de relevancia para la salud de la población.

CAPÍTULO V

La gestión sanitaria como acción de salud pública

Artículo 25. *Carácter y objetivos de la gestión sanitaria.*

El objetivo principal de la gestión sanitaria será la mejora de la salud de la población y la reducción de los desequilibrios sociales y territoriales, de conformidad con los artículos 3, 6, 8 y 12 de Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad y según lo establecido en esta ley.

Artículo 26. *La gestión sanitaria en el Área de Salud.*

1. Los órganos que forman las áreas de salud tendrán en todo caso en cuenta las acciones dirigidas a la mejora de la atención comunitaria, la prevención de la enfermedad, la protección y la promoción de la salud.

2. La gestión sanitaria deberá guiarse por los resultados de salud que serán explicitados con una periodicidad mínima de cinco años y presentados en los consejos de salud del área.

3. Los servicios de salud pública adoptarán todas aquellas medidas destinadas a que los centros sanitarios sean «centros promotores de la salud», teniendo en cuenta las directrices emanadas de la Organización Mundial de la Salud, para lo que desarrollarán un plan de promoción de la salud en coordinación con la unidad directiva competente en salud pública de la comunidad o ciudad autónoma.

CAPÍTULO VI

Protección de la salud de la población

Artículo 27. *Las actuaciones de protección de la salud.*

1. La protección de la salud es el conjunto de actuaciones, prestaciones y servicios dirigidos a prevenir efectos adversos que los productos, elementos y procesos del entorno, agentes físicos, químicos y biológicos, puedan tener sobre la salud y el bienestar de la población.

2. Las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, protegerán la salud de la población mediante actividades y servicios que actúen sobre los riesgos presentes en el medio y en los alimentos, a cuyo efecto se desarrollarán los servicios y actividades que permitan la gestión de los riesgos para la salud que puedan afectar a la población.

3. Las acciones de protección de la salud se regirán por los principios de proporcionalidad y de precaución, y se desarrollarán de acuerdo a los principios de colaboración y coordinación interadministrativa y gestión conjunta que garanticen la máxima eficacia y eficiencia.

4. Las organizaciones sociales podrán participar en el desarrollo de actividades de protección de la salud. Las Administraciones públicas competentes promoverán la participación efectiva en las actuaciones de protección de la salud de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones en que se agrupen o que los representen.

Artículo 28. *Características de las actuaciones de protección de la salud.*

1. La protección de la salud comprenderá el análisis de los riesgos para la salud, que incluirá su evaluación, gestión y comunicación. A tal efecto, se desarrollarán acciones sobre los factores desencadenantes de los riesgos y, cuando proceda, de acuerdo con la normativa específica mediante procedimientos de control oficial.

2. Serán sometidos a análisis los riesgos derivados de la exposición de las personas al entorno en el que viven y a los agentes presentes en el medio que puedan afectar a su bienestar físico, mental o social.

Artículo 29. *Autorización sanitaria y registros.*

1. En el caso de que de acuerdo con las leyes se requiera autorización sanitaria previa o la inscripción obligatoria en un registro, se estará a lo en ellas previsto.

2. Las Administraciones sanitarias podrán establecer obligación de declaración responsable o de comunicación previa de inicio de actividad para aquellas instalaciones, establecimientos, servicios e industrias que desarrollen actividades que puedan afectar a la salud, de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación y teniendo en cuenta lo establecido en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Artículo 30. *De la sanidad ambiental.*

1. La sanidad ambiental tiene como funciones la identificación, la evaluación, la gestión y la comunicación de los riesgos para la salud que puedan derivarse de los condicionantes ambientales; la vigilancia de los factores ambientales de carácter físico, químico o biológico y de las situaciones ambientales que afectan o pueden afectar a la salud; así como la identificación de las políticas de cualquier sector que reducen los riesgos ambientales para la salud.

2. Las Administraciones públicas implantarán programas de sanidad ambiental, coordinados por las Administraciones sanitarias, para elevar el nivel de protección de la salud ante los riesgos derivados de los condicionantes ambientales.

Artículo 31. *Actuaciones del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad en el ámbito de sanidad ambiental.*

1. Corresponde al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad hacer efectiva la coordinación del Estado con las Administraciones públicas y los organismos competentes,

en el ejercicio de las actuaciones destinadas a la prevención y protección frente a riesgos ambientales para la salud.

2. El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad promoverá que los servicios de ámbito estatal que ejerzan funciones en los ámbitos de identificación, evaluación, gestión y comunicación de los riesgos ambientales para la salud de la población, entre los que se incluirán, al menos, los riesgos relacionados con los productos químicos y la salud y cambio climático, puedan actuar como centro de referencia nacional en dichos ámbitos.

El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, previo acuerdo del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, acreditará servicios que actuarán como centro de referencia nacional en los aspectos de identificación, evaluación y gestión y comunicación de los riesgos para la salud de la población derivados de riesgos ambientales.

3. La Estrategia de salud pública incluirá el análisis del estado de la sanidad ambiental y sus determinantes e incorporará actuaciones que resulten en un entorno más favorable para la salud.

Artículo 32. *Salud laboral.*

La salud laboral tiene por objeto conseguir el más alto grado de bienestar físico, psíquico y social de los trabajadores en relación con las características y riesgos derivados del lugar de trabajo, el ambiente laboral y la influencia de éste en su entorno, promoviendo aspectos preventivos, de diagnóstico, de tratamiento, de adaptación y rehabilitación de la patología producida o relacionada con el trabajo.

Artículo 33. *La actuación sanitaria en el ámbito de la salud laboral.*

1. La actuación sanitaria en el ámbito de la salud laboral se desarrollará de forma coordinada con los empresarios y los representantes de los trabajadores y comprenderá los siguientes aspectos:

a) Promoción, con carácter general, de la salud integral de los trabajadores.

b) Vigilancia de la salud de los trabajadores, individual y colectivamente, para detectar precozmente los efectos de los riesgos para la salud a los que están expuestas.

c) Desarrollo y actuación en los aspectos sanitarios de la prevención de los riesgos laborales.

d) Promoción de la información, formación, consulta y participación de los profesionales sanitarios, de los trabajadores y sus representantes legales y de los empresarios en los planes, programas y actuaciones sanitarias en el campo de la salud laboral.

2. La autoridad sanitaria, de forma coordinada con la autoridad laboral, llevará a cabo las siguientes actuaciones además de las ya establecidas normativamente:

a) Desarrollar un sistema de información sanitaria en salud laboral que, integrado en el sistema de información de salud pública, dé soporte a la vigilancia de los riesgos sobre la salud relacionados con el trabajo.

b) Establecer un sistema de indicadores para el seguimiento del impacto sobre la salud de las políticas relacionadas con el trabajo.

c) Impulsar una vigilancia de la salud de los trabajadores, a través de la elaboración de protocolos y guías de vigilancia sanitaria específica en atención a los riesgos a los que estén expuestos.

d) Desarrollar programas de vigilancia de la salud post-ocupacional.

e) Autorizar, evaluar, controlar y asesorar la actividad sanitaria de los servicios de prevención de riesgos laborales.

f) Establecer mecanismos para la integración en los sistemas de información públicos del Sistema Nacional de Salud de la información generada por las actividades sanitarias desarrolladas por los servicios de prevención de riesgos laborales y por las mutuas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de la Seguridad Social en relación con la salud de los trabajadores.

g) Fomentar la promoción de la salud en el lugar de trabajo, a través del fomento y desarrollo de entornos y hábitos de vida saludables.

h) Establecer mecanismos de coordinación en caso de pandemias u otras crisis sanitarias, en especial para el desarrollo de acciones preventivas y de vacunación.

i) Cualesquiera otras que promuevan la mejora en la vigilancia, promoción y protección de la salud de los trabajadores y la prevención de los problemas de salud derivados del trabajo.

j) Promover la formación en salud laboral de los profesionales sanitarios de los sistemas sanitarios públicos.

Artículo 34. *Participación en salud laboral.*

Los empresarios y trabajadores, a través de sus organizaciones representativas, participarán en la planificación, programación, organización y control de la gestión relacionada con la salud laboral, en los distintos niveles territoriales.

CAPÍTULO VII

Evaluación del impacto en salud de otras políticas

Artículo 35. *La evaluación del impacto en salud.*

1. Las Administraciones públicas deberán someter a evaluación del impacto en salud, las normas, planes, programas y proyectos que seleccionen por tener un impacto significativo en la salud, en los términos previstos en esta ley.

2. La evaluación de impacto en salud es la combinación de procedimientos, métodos y herramientas con los que puede ser analizada una norma, plan, programa o proyecto, en relación a sus potenciales efectos en la salud de la población y acerca de la distribución de los mismos.

3. La evaluación de impacto en salud deberá prever los efectos directos e indirectos de las políticas sanitarias y no sanitarias sobre la salud de la población y las desigualdades sociales en salud con el objetivo de la mejora de las actuaciones.

4. Se integrarán los resultados de dichas evaluaciones en el sistema de información de salud pública y en la Red de Vigilancia de Salud Pública.

CAPÍTULO VIII

Sanidad exterior y salud internacional

Artículo 36. *Finalidad de la sanidad exterior.*

1. En el ejercicio de la competencia estatal de sanidad exterior, corresponde al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad:

a) Organizar y garantizar la prestación y calidad de los controles sanitarios de bienes a su importación o exportación en las instalaciones de las fronteras españolas y en los medios de transporte internacionales, así como de los transportados por los viajeros en el tránsito internacional.

b) Organizar y garantizar la prestación de la atención sanitaria del tránsito internacional de viajeros, de la prevención de las enfermedades y lesiones del viajero y de los servicios de vacunación internacional. Podrá establecerse la colaboración a estos efectos con las Comunidades Autónomas mediante encomienda de gestión u otras formas de colaboración contempladas en el ordenamiento jurídico de modo que la vacunación sea más accesible a los ciudadanos que deban cumplir con este requisito.

c) Articular la vigilancia de sanidad exterior.

2. Lo dispuesto en el presente capítulo se entiende sin perjuicio de las competencias que en materia de relaciones internacionales corresponden al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, con el que se establecerá la oportuna coordinación.

Artículo 37. *Funciones de sanidad exterior.*

Son funciones de sanidad exterior:

a) El control y vigilancia higiénico-sanitaria de puertos y aeropuertos de tráfico internacional e instalaciones fronterizas.

b) El control y vigilancia de las condiciones higiénico-sanitarias en el tráfico internacional de personas, cadáveres y restos humanos, animales y bienes, incluyendo tanto los productos alimenticios y alimentarios como otros bienes susceptibles de poner en riesgo la salud de la población, tales como los medios de transporte internacionales, sin perjuicio de las competencias de los Ministerios de Economía y Hacienda, de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, así como de las competencias de las comunidades autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla en materia de verificación de las condiciones de los alimentos en los establecimientos exportadores.

c) Coordinación y colaboración con las autoridades competentes de otros países y con los organismos sanitarios internacionales.

d) Todas aquellas actividades concordantes que se determinen en el futuro.

Artículo 38. *De las actuaciones en sanidad exterior.*

1. Los servicios de sanidad exterior podrán actuar de oficio o a petición de parte, según corresponda y convenientemente acreditados e identificados.

2. El personal de los servicios de sanidad exterior responderá ante cualquier evento que pueda suponer un riesgo de salud pública en las fronteras españolas, desempeñando el papel de agente de la autoridad sanitaria y coordinando la respuesta con las distintas Administraciones a nivel nacional.

3. Podrán requerir la presentación de las autorizaciones y las certificaciones que sean exigidas por las disposiciones aplicables, en todo lo relacionado con sus actuaciones.

4. Cuando se detecte incumplimiento de las normas higiénico-sanitarias, actuarán en consecuencia y, dependiendo de la gravedad de las deficiencias detectadas, adoptarán las medidas pertinentes. Si la gravedad de los riesgos para la salud lo requiere podrán paralizar las actividades de la instalación o el medio de transporte inspeccionado, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales en vigor.

Artículo 39. *Acciones en materia de salud internacional.*

1. En materia de salud internacional, el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad ejercerá las siguientes acciones:

a) Actuar como centro de enlace para el intercambio de cualquier información de interés en salud pública internacional.

b) Recopilar información de riesgos para la salud de carácter internacional e informar a los organismos de la Administración General del Estado competentes en materia de coordinación de emergencias y protección civil.

c) Elaborar informes periódicos, sobre la evolución y condicionantes de la salud internacional y sus implicaciones para España.

d) Integrar en la Estrategia de salud pública, aquellas acciones de salud internacional de interés para el Gobierno de España.

e) Establecer y coordinar una red de profesionales sanitarios y equipos que estén en disposición de cooperación sanitaria inmediata, a fin de poder responder a emergencias sanitarias internacionales.

f) Proponer el nombramiento de personas expertas en salud pública en las Representaciones Permanentes de España ante organismos e instituciones internacionales en coordinación con los Ministerios competentes.

2. El Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad será el Centro Nacional de Enlace para la comunicación continua con la Organización Mundial de la Salud y otras redes de alerta internacionales, y será responsable de la aplicación del Reglamento Sanitario Internacional (2005), manteniendo para ello la capacidad nacional imprescindible para cumplir con lo dispuesto en dicho Reglamento en coordinación con el Ministerio de Política Territorial y Administración Pública.

CAPÍTULO IX

Sistema de Información en Salud Pública

Artículo 40. *Sistema de Información en Salud Pública.*

1. Los sistemas de información en materia de salud pública o cuya información sea relevante en la toma de decisiones en esta materia, con independencia de su titularidad, integrarán el Sistema de Información en Salud pública.

2. Para asegurar la compatibilidad e interoperabilidad de los sistemas públicos de información se atenderá a lo dispuesto en el capítulo V de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud, sobre el sistema de información sanitaria.

3. El Sistema de Información en Salud Pública integrará como mínimo lo siguiente:

a) Las estadísticas, registros y encuestas que midan los condicionantes de la salud: educación, situación social, situación laboral, entorno físico y medioambiental, incluyendo los cambios en el clima, seguridad, demografía, economía, servicios, recursos sanitarios, presencia de contaminantes en las personas y cualquier otra variable que el conocimiento científico y las necesidades de la Administración sanitaria hagan necesaria.

b) Las estadísticas, registros y encuestas que midan la salud, la calidad de vida y el bienestar de la población.

c) La información sobre políticas y sobre actuaciones de salud pública en todos los ámbitos de acción.

4. El sistema de información de salud pública estará integrado por indicadores basados, entre otros, en los criterios de la Organización Mundial de la Salud y de la Unión Europea.

Artículo 41. *Organización de los sistemas de información.*

1. Las autoridades sanitarias con el fin de asegurar la mejor tutela de la salud de la población podrán requerir, en los términos establecidos en este artículo, a los servicios y profesionales sanitarios informes, protocolos u otros documentos con fines de información sanitaria.

2. Las Administraciones sanitarias no precisarán obtener el consentimiento de las personas afectadas para el tratamiento de datos personales, relacionados con la salud, así como su cesión a otras Administraciones públicas sanitarias, cuando ello sea estrictamente necesario para la tutela de la salud de la población.

3. A los efectos indicados en los dos apartados anteriores, las personas públicas o privadas cederán a la autoridad sanitaria, cuando así se las requiera, los datos de carácter personal que resulten imprescindibles para la toma de decisiones en salud pública, de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

En cualquier caso, el acceso a las historias clínicas por razones epidemiológicas y de salud pública se someterá a lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 16 de la Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la Autonomía del Paciente y de Derechos y Obligaciones en materia de Información y Documentación Clínica.

Artículo 42. *Datos básicos y comunicación de la información.*

1. El Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud aprobará la información sobre salud pública que se incluya en el Sistema de Información en salud pública, a cuyo efecto definirá un conjunto de datos básicos en las condiciones y requisitos establecidos en el capítulo V de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud.

2. El acceso a la información por parte de los usuarios del sistema se realizará en los términos establecidos en esta ley y sus disposiciones de desarrollo.

Artículo 43. *Seguridad de la información.*

1. En todos los niveles del sistema de información en salud pública se adoptarán las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los datos.
2. Los trabajadores de centros y servicios públicos y privados y quienes por razón de su actividad tengan acceso a los datos del sistema de información están obligadas a mantener secreto.

TÍTULO III

La planificación y coordinación de la salud pública

Artículo 44. *Estrategia de Salud Pública.*

1. La Estrategia de Salud Pública, sin perjuicio de las que puedan aprobar las comunidades autónomas, tiene por finalidad propiciar que la salud y la equidad en salud se consideren en todas las políticas públicas y facilitar la acción intersectorial en esta materia.
2. La Estrategia definirá las áreas de actuación sobre los factores condicionantes de la salud e incorporará las acciones de investigación en salud pública contempladas en los artículos 47, 48 y 49 de la presente ley.
3. La Estrategia de Salud Pública, que aprobará el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, tendrá una duración quinquenal y será evaluada con periodicidad bienal.

Artículo 45. *Creación y composición del Consejo Asesor de Salud Pública.*

1. Se crea el Consejo Asesor de Salud Pública como órgano colegiado de consulta y participación, adscrito al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, en el que están representados los Departamentos de la Administración General del Estado, cuyas políticas inciden en la salud, las Comunidades Autónomas, y aquellos otros organismos y organizaciones relacionados con la salud pública que aseguren una adecuada gobernanza del sistema.
2. El Consejo Asesor de Salud Pública lo preside la persona titular del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.
3. La composición, funciones y régimen de funcionamiento del Consejo Asesor de Salud Pública se determinará reglamentariamente, incluyendo, al menos, representantes de las corporaciones profesionales, así como de las asociaciones científicas, de las asociaciones profesionales y de las organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas con la salud pública, de los sindicatos, de las organizaciones empresariales, organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas con la salud pública y de las organizaciones de consumidores y usuarios.

La composición de este Consejo Asesor deberá garantizar la adecuada representación de los sectores interesados.

Artículo 46. *Comité Consultivo del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud.*

El Comité Consultivo del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud actuará como órgano especializado, colegiado y permanente de consulta y participación social en las políticas de salud pública, de tal modo que se asegure una adecuada gobernanza del sistema.

Artículo 47. *Agencia Estatal de Salud Pública.*

1. La Agencia Estatal de Salud Pública se adscribe al Ministerio de Sanidad y desarrollará sus funciones con base en los principios de independencia técnica y autonomía de gestión, de conformidad con lo establecido en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.
2. La Agencia Estatal de Salud Pública ejercerá, en los términos previstos en su ley de creación y en su Estatuto, las competencias de naturaleza técnico científica del Ministerio de Sanidad establecidas en el título II de esta ley y, en particular, la coordinación y evaluación de la Red Estatal de Vigilancia en Salud Pública, la identificación, evaluación y comunicación de riesgos para la salud pública, así como la coordinación de la preparación y respuesta ante

riesgos y emergencias sanitarias, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otras autoridades.

3. (suprimido).

4. Además, elaborará un informe anual relativo al estado de salud y bienestar, equidad en salud y de los determinantes sociales de la salud de la población española, que será presentado a las Cortes Generales.

5. La Agencia Estatal de Salud Pública colaborará con los centros y organismos de titularidad estatal, autonómica y local que tengan entre sus competencias funciones en materia de salud pública y actividades de investigación y estadística oficial.

TÍTULO IV

El personal profesional y la investigación en salud pública

CAPÍTULO I

Formación y desarrollo profesional en salud pública

Artículo 48. *Principios generales para el ejercicio de las actividades de salud pública.*

1. A los efectos de esta ley, se consideran actividades profesionales del ámbito de la salud pública el desarrollo de las intervenciones descritas en el Título II de esta ley y circunscritas a la salud pública excluyendo las relacionadas con la investigación en salud.

2. La salud pública tiene carácter multidisciplinar, y el personal profesional de la salud pública tiene el deber de seguir una formación continua a lo largo de la vida, que además deberá ser adecuada a su nivel de responsabilidad y competencia para garantizar un correcto ejercicio profesional.

3. Las Administraciones públicas facilitarán la formación continuada como una parte del desarrollo profesional en salud pública y como una inversión estratégica.

4. A los profesionales sanitarios de la salud pública se les aplicará lo dispuesto en el Título III, sobre desarrollo profesional y su reconocimiento de la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias, definiéndose necesariamente la correspondiente carrera profesional.

CAPÍTULO II

La investigación en el desarrollo de las políticas de salud pública

Artículo 49. *Prioridades de la investigación en salud pública.*

La Estrategia de Salud Pública determinará los ámbitos relativos a salud pública y sus condicionantes sociales en los que, por la especial incidencia en el conjunto de la población, sea de particular interés la promoción de la investigación.

Artículo 50. *Promoción de la investigación en salud pública.*

Las Administraciones sanitarias promoverán la investigación y la comunicación de sus resultados en la actividad de los profesionales en salud pública. Para ello, adoptarán las siguientes acciones:

a) Facilitar que las investigaciones sobre los problemas de salud de la población se realicen con los medios y calidad adecuados.

b) Fomentar la relación entre los grupos de investigación de excelencia y el personal profesional de salud pública.

c) Estimular la actividad investigadora facilitando el acceso a los datos e informaciones disponibles en las Administraciones sanitarias.

Artículo 51. *Comunicación de los resultados de la investigación en salud pública.*

1. Con independencia de las obligaciones de difusión de los resultados de la investigación, previstas en la Ley de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, las Administraciones públicas competentes en materia de investigación relacionada con la salud establecerán los mecanismos adecuados para que los resultados de los proyectos financiados con fondos públicos que puedan tener aplicación inmediata en la toma de decisiones de política sanitaria, especialmente en el tratamiento de enfermedades de alto impacto en la población, sean comunicados inmediatamente a las Administraciones sanitarias. En todo caso se garantizará la defensa de los derechos de propiedad intelectual e industrial que correspondan.

2. Las Administraciones sanitarias evaluarán, de manera conjunta, el impacto en salud de la población de los resultados de las investigaciones financiadas con fondos públicos.

3. En el establecimiento de acuerdos con grupos de investigación las Autoridades competentes darán preferencia a aquellos grupos cuyos resultados hayan dado lugar a aplicaciones y usos efectivos por parte de las Administraciones sanitarias.

TÍTULO V

La autoridad sanitaria estatal, vigilancia y control

CAPÍTULO I

Autoridad sanitaria estatal

Artículo 52. *La Autoridad Sanitaria estatal.*

1. Tendrá la consideración de autoridad sanitaria estatal el titular del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad y, en el marco de sus respectivas funciones, los titulares de los órganos superiores y órganos directivos con responsabilidades en salud pública de dicho departamento ministerial con rango igual o superior al de Director General.

2. La autoridad sanitaria estatal, en el ejercicio de su responsabilidad y de acuerdo con las competencias que le correspondan en materia de salud pública, dictará disposiciones y tendrá facultades para actuar, mediante los órganos competentes en cada caso, en las actividades públicas o privadas para proteger la salud de la población.

3. Corresponde a la autoridad sanitaria estatal con carácter general, en el ámbito de sus competencias, la adopción de medidas sobre coordinación y ejecución de las actuaciones de salud pública consideradas en la presente ley, así como la adopción de cuantas medidas de intervención especial, de acuerdo con el artículo 52, en materia de salud pública resulten precisas por razones sanitarias de urgencia o necesidad o ante circunstancias de carácter extraordinario que representen riesgo evidente para la salud de la población, y siempre que la evidencia científica disponible así lo acredite.

4. La autoridad sanitaria, en el ejercicio de sus funciones, podrá solicitar el apoyo, auxilio y colaboración de otros órganos administrativos, funcionarios públicos u otras instituciones, pudiendo incluso requerir, en caso de estricta y urgente necesidad y para el mejor cumplimiento de la legislación vigente, el auxilio de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado u otros agentes de la autoridad que tengan encomendadas funciones de seguridad.

Artículo 53. *Agentes de la Autoridad Sanitaria estatal.*

El personal al servicio de la Administración General del Estado vinculado al ejercicio de competencias contempladas de esta ley, tendrá la condición de agente de la autoridad sanitaria y estará facultado para desarrollar labores de inspección. A tal efecto, podrá tomar muestras y practicar las pruebas, investigaciones o exámenes necesarios para la comprobación del cumplimiento de las normas sanitarias siguiendo los procedimientos establecidos.

CAPÍTULO II

Medidas especiales y cautelares

Artículo 54. *Medidas especiales y cautelares.*

1. Sin perjuicio de las medidas previstas en la Ley Orgánica 3/1986, de 14 de abril, de Medidas Especiales en Materia de Salud Pública, con carácter excepcional y cuando así lo requieran motivos de extraordinaria gravedad o urgencia, la Administración General del Estado y las de las comunidades autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán adoptar cuantas medidas sean necesarias para asegurar el cumplimiento de la ley.

2. En particular, sin perjuicio de lo previsto en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, la autoridad competente podrá adoptar, mediante resolución motivada, las siguientes medidas:

a) La inmovilización y, si procede, el decomiso de productos y sustancias.

b) La intervención de medios materiales o personales.

c) El cierre preventivo de las instalaciones, establecimientos, servicios e industrias.

d) La suspensión del ejercicio de actividades.

e) La determinación de condiciones previas en cualquier fase de la fabricación o comercialización de productos y sustancias, así como del funcionamiento de las instalaciones, establecimientos, servicios e industrias a que se refiere esta ley, con la finalidad de corregir las deficiencias detectadas.

f) Cualquier otra medida ajustada a la legalidad vigente si existen indicios racionales de riesgo para la salud incluida la suspensión de actuaciones de acuerdo a lo establecido en el Título II de esta ley.

3. Las medidas se adoptarán previa audiencia de los interesados, salvo en caso de riesgo inminente y extraordinario para la salud de la población y su duración no excederá del tiempo exigido por la situación de riesgo que las motivó. Los gastos derivados de la adopción de medidas cautelares contempladas en el presente artículo correrán a cargo de la persona o empresa responsable.

Las medidas que se adopten deberán, en todo caso, respetar el principio de proporcionalidad.

TÍTULO VI

Infracciones y sanciones

Artículo 55. *Sujetos responsables de las infracciones.*

Sin perjuicio de los regímenes sancionadores establecidos por la normativa sectorial vigente, en especial en el orden laboral, las personas físicas o jurídicas responsables de las acciones u omisiones que constituyan infracciones en salud pública serán sancionadas de acuerdo con lo dispuesto en este Título.

Artículo 56. *Infracciones y régimen sancionador.*

1. Son infracciones administrativas en salud pública las acciones y las omisiones que se tipifican en los artículos siguientes, así como las que, en su caso, pueda establecer la legislación autonómica o local.

2. Si una misma acción u omisión fuera constitutiva de dos o más infracciones, se tomará en consideración únicamente aquélla que comporte mayor sanción.

3. No podrán sancionarse los hechos que hayan sido sancionados penal o administrativamente, en los casos en los que se aprecie identidad de sujeto, de hecho y de fundamento. En los supuestos en los que las infracciones pudieran ser constitutivas de delito o de falta, la autoridad competente pasará el tanto de la culpa a la jurisdicción competente y se abstendrá de proseguir el procedimiento sancionador mientras la autoridad judicial no se haya pronunciado.

De no haberse estimado la existencia de ilícito penal o en caso de haberse dictado resolución de otro tipo que ponga fin al proceso penal, se continuará el expediente sancionador teniendo en cuenta, en su caso, los hechos que los tribunales hayan considerado probados.

4. La tramitación de un procedimiento sancionador por las infracciones reguladas en este Título, no postergará la exigencia de las obligaciones de adopción de medidas de prevención, de evitación de nuevos daños o de reparación, previstas en esta ley, que serán independientes de la sanción que, en su caso, se imponga.

Artículo 57. *Calificación de las infracciones.*

1. Las infracciones tipificadas en esta ley se califican como muy graves, graves y leves, atendiendo a los criterios de riesgo para la salud de la población, gravedad de la alteración sanitaria o social producida, cuantía del eventual beneficio obtenido, grado de intencionalidad y reincidencia en las mismas.

2. Además de las infracciones sanitarias previstas en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, se tipifican como infracciones en salud pública las siguientes:

a) Son infracciones muy graves:

1.º La realización de conductas u omisiones que produzcan un riesgo o un daño muy grave para la salud de la población.

2.º El incumplimiento, de forma reiterada, de las instrucciones recibidas de la autoridad competente, o el incumplimiento de un requerimiento de esta, si este comporta daños graves para la salud.

3.º Las que sean concurrentes con otras infracciones sanitarias graves, o hayan servido para facilitar o encubrir su comisión.

4.º La reincidencia en la comisión de faltas graves en los últimos cinco años.

b) Son infracciones graves:

1.º La realización de conductas u omisiones que puedan producir un riesgo o un daño grave para la salud de la población, cuando ésta no sea constitutiva de infracción muy grave.

2.º La denegación de apoyo, auxilio o colaboración a los agentes de la autoridad sanitaria.

3.º El incumplimiento de las instrucciones recibidas de la autoridad competente, si comporta daños para la salud, cuando no sea constitutivo de infracción muy grave.

4.º La resistencia o la obstrucción de aquellas actuaciones que fueren exigibles, de acuerdo con lo previsto en esta ley.

5.º El incumplimiento de comunicación de información y resto de obligaciones conforme a lo dispuesto en el Título I de esta ley, cuando revista carácter de gravedad.

6.º La reincidencia en la comisión de infracciones leves, en los últimos doce meses.

c) Son infracciones leves:

1.º El incumplimiento de la normativa sanitaria vigente, si las repercusiones producidas han tenido una incidencia escasa o sin trascendencia directa en la salud de la población.

2.º Aquellas infracciones que conforme a lo establecido en este artículo no se califiquen como graves o muy graves.

Artículo 58. *Sanciones.*

1. La comisión de infracciones en materia de salud pública dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones, sin perjuicio de las que puedan establecer las comunidades autónomas y Entidades locales en el ámbito de sus competencias:

a) En el caso de infracción muy grave: Multa de 60.001 hasta 600.000 euros, pudiendo rebasar esta cuantía hasta alcanzar el quíntuplo del valor de mercado de los productos o servicios objeto de la infracción.

b) En el caso de las infracciones graves: Multa de 3.001 hasta 60.000 euros.

c) En el supuesto de las infracciones leves: Multa de hasta 3.000 euros.

Estas cantidades podrán ser actualizadas por el Gobierno reglamentariamente.

2. Sin perjuicio de la sanción económica que pudiera corresponder, en los supuestos de infracciones muy graves, se podrá acordar por la autoridad competente el cierre temporal de los establecimientos o servicios por un plazo máximo de cinco años.

3. En la imposición de las sanciones, las Administraciones públicas deberán guardar la debida adecuación entre la gravedad del hecho constitutivo de la infracción y la sanción aplicada, considerando a tal efecto los criterios establecidos en el artículo 131 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 59. *Prescripción de infracciones y de sanciones.*

1. Las infracciones leves prescribirán al año, las graves a los tres años y las muy graves a los cinco años.

El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que la infracción se hubiera cometido.

En los supuestos de infracciones continuadas, el plazo de prescripción comenzará a contar desde el momento de la finalización de la actividad o del último acto con el que la infracción se consuma. En el caso de que los hechos o actividades constitutivos de infracción fueran desconocidos por carecer de signos externos, dicho plazo se computará desde que éstos se manifiesten.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

2. Las sanciones impuestas por la comisión de infracciones leves prescribirán al año, las impuestas por faltas graves a los tres años y las impuestas por faltas muy graves a los cinco años.

El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquel está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

Artículo 60. *Procedimiento sancionador.*

1. El procedimiento sancionador, en materia de salud pública, se desarrollará reglamentariamente, de conformidad con lo establecido en esta ley y en el Título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. El plazo para dictar y notificar la resolución de un expediente sancionador es de nueve meses.

Artículo 61. *Órganos competentes para imponer sanciones en materia de salud pública.*

1. La incoación, tramitación y resolución de los expedientes sancionadores corresponderá a la Administración competente por razón del territorio y la materia.

2. En el ámbito de la Administración General del Estado, la incoación del expediente corresponderá a la Dirección General competente en materia de salud pública y la resolución al titular de esta Dirección General, en el caso de infracciones leves, al titular de la Secretaría General de Sanidad, en el caso de infracciones graves, y a la persona titular del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, para las muy graves.

3. Las autoridades competentes podrán publicar, una vez firmes, las sanciones impuestas por las infracciones cometidas, los hechos constitutivos de tales infracciones, así como la identidad del infractor.

Disposición adicional primera. *La especialización en salud pública de las profesiones sanitarias.*

El Gobierno modificará el Real Decreto 183/2008, de 8 de febrero, por el que se determinan y clasifican las especialidades en ciencias de la salud y se desarrollan

determinados aspectos del sistema de formación sanitaria especializada, con el fin de ampliar la especialización en salud pública al resto de profesiones sanitarias.

Disposición adicional segunda. *La salud pública en las Fuerzas Armadas.*

En el ámbito de las Fuerzas Armadas, la Inspección General de Sanidad de la Defensa, como autoridad sanitaria del departamento, coordinará con las otras autoridades sanitarias las acciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos de esta ley, y realizará, en el seno de las Fuerzas Armadas, las acciones necesarias para el cumplimiento de sus disposiciones y de las que sean concordantes, dando cuenta de las mismas al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.

Disposición adicional tercera. *La salud pública en las Instituciones Penitenciarias.*

En el ámbito de las Instituciones Penitenciarias, la autoridad penitenciaria coordinará con las autoridades sanitarias las acciones encaminadas al cumplimiento de los objetivos de esta ley, y realizará las acciones necesarias para el cumplimiento de sus disposiciones y de las que sean concordantes en aquellos servicios sanitarios dependientes de Instituciones Penitenciarias que no haya sido trasferidos a las comunidades autónomas, dando de ello cuenta al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.

Disposición adicional cuarta. *Del Centro Estatal de Salud Pública.*

(Sin contenido)

Disposición adicional quinta. *Prestaciones.*

Las prestaciones que establece esta ley se financiarán de acuerdo con lo previsto en el artículo 10 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud.

Disposición adicional sexta. *Extensión del derecho a la asistencia sanitaria pública.*

1. Se extiende el derecho al acceso a la asistencia sanitaria pública, a todos los españoles residentes en territorio nacional, a los que no pudiera serles reconocido en aplicación de otras normas del ordenamiento jurídico.

Esta extensión, que tendrá como mínimo el alcance previsto en la cartera de servicios comunes del Sistema Nacional de Salud, se hace sin perjuicio de lo expresado en los apartados siguientes y de la exigencia de las correspondientes obligaciones a aquellos terceros legalmente obligados al pago de dicha asistencia de acuerdo con lo establecido en la Ley General de Sanidad, en el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social y de lo dispuesto en los reglamentos comunitarios europeos y convenios internacionales en la materia.

La extensión prevista en este apartado será efectiva para las personas que hayan agotado la prestación o el subsidio de desempleo a partir del 1 de enero de 2012. Para el resto de colectivos afectados se realizará, atendiendo a la evolución de las cuentas públicas, en los términos previstos en el apartado 3.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no modifica el régimen de asistencia sanitaria de las personas titulares o de beneficiarias de los regímenes especiales de la Seguridad Social gestionados por MUFACE, MUGEJU o ISFAS, que mantendrán su régimen jurídico específico. Al respecto, las personas encuadradas en dichas mutualidades que hayan optado por recibir asistencia sanitaria a través de las entidades de seguro deberán ser atendidas en los centros sanitarios concertados por estas entidades. En caso de recibir asistencia en centros sanitarios públicos, el gasto correspondiente a la asistencia prestada será reclamado al tercero obligado, de acuerdo a la normativa vigente.

3. En el plazo de seis meses, el Gobierno determinará reglamentariamente los términos y condiciones de la extensión del derecho para quienes ejerzan una actividad por cuenta propia.

Disposición adicional séptima. *Regulación de la psicología en el ámbito sanitario.*

1. Tendrá la consideración de profesión sanitaria titulada y regulada con la denominación de Psicólogo General Sanitario de nivel licenciado/graduado, en los términos previstos en el artículo 2 de la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de Ordenación de las Profesiones Sanitarias, los licenciados/graduados en Psicología cuando desarrollen su actividad profesional por cuenta propia o ajena en el sector sanitario, siempre que, además del mencionado título universitario ostenten el título oficial de Máster en Psicología General Sanitaria, cuyos planes de estudio se ajustarán, cualquiera que sea la universidad que los imparta, a las condiciones generales que establezca el Gobierno al amparo de lo previsto en el artículo 15.4 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

De conformidad con lo previsto en el artículo 6.4 de la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, corresponde al Psicólogo General Sanitario, la realización de investigaciones, evaluaciones e intervenciones psicológicas sobre aquellos aspectos del comportamiento y la actividad de las personas que influyen en la promoción y mejora del estado general de su salud, siempre que dichas actividades no requieran una atención especializada por parte de otros profesionales sanitarios.

2. De conformidad con lo establecido en el artículo 15.4 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, el Gobierno, en el plazo de seis meses, establecerá las condiciones generales a las que se ajustarán los planes de estudios para la obtención del título oficial de Máster en Psicología General Sanitaria, habilitando al Ministerio de Educación para concretar, con sujeción a lo previsto en dicho Real Decreto, los requisitos del citado Máster y la planificación de sus enseñanzas en el ámbito de todo el Estado, con sujeción a los siguientes criterios:

a) Los planes de estudios correspondientes al título oficial de Máster en Psicología General Sanitaria garantizarán la adquisición de las competencias necesarias para desempeñar las actividades de la profesión sanitaria de Psicólogo General Sanitario que se especifican en el apartado 1. A tal efecto, el título habilitante para la profesión de Psicólogo General Sanitario deberá acreditar la superación de, al menos, 180 créditos ECTS de contenido específicamente sanitario en el conjunto de las enseñanzas universitarias cursadas, de acuerdo con la concreción que reglamentariamente se determine.

b) Las universidades que impartan los estudios de Máster en Psicología General Sanitaria regularán el procedimiento que permita reconocer a los licenciados/graduados en Psicología que hayan concluido dichos estudios con anterioridad a la entrada en vigor de esta ley, los créditos europeos de dicho Máster que en cada caso correspondan, tras evaluar el grado de equivalencia acreditado a través de la experiencia profesional y formación adquiridos por el interesado en Psicología de la Salud.

3. De conformidad con lo establecido en el artículo 12.9 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, el Gobierno, en el plazo de un año, regulará las condiciones generales a las que se ajustarán los planes de estudios del título de Grado en Psicología, correspondiendo al Ministerio de Educación regular, en el citado plazo y con sujeción a lo previsto en dicho Real Decreto, los requisitos del título y planificación de las enseñanzas a las que habrán de ajustarse los planes de estudios de Grado en el ámbito de todo el Estado con sujeción a los siguientes criterios:

a) El título de Grado en Psicología, que no habilitará, por sí mismo, para el ejercicio de la psicología en el sector sanitario, constituirá un requisito necesario para el acceso al Máster de Psicología General Sanitaria, así como cualquier otro título universitario oficial extranjero de Psicología que cumpla con los requisitos establecidos en la Orden CNU/1309/2018, de 5 de diciembre, por la que se regulan las condiciones generales a las que se ajustarán los planes de estudio del Grado en Psicología, en particular en lo que se refiere a las materias obligatorias vinculadas a la Psicología de la Salud.

b) Las universidades que formen a psicólogos que pretendan acceder al Máster de Psicología General Sanitaria diseñarán el título de Grado en Psicología previendo, al menos, un recorrido específico vinculado a la psicología de la salud. Dicha recorrido determinará una mención expresa al mismo en el correspondiente título de Grado en Psicología.

c) Las universidades procederán a adaptar los planes de estudio de Grado en Psicología ya aprobados a las condiciones generales antes citadas, solicitando su verificación en los términos previstos por la legislación vigente. La citada adaptación se llevará a cabo en el plazo de cinco años desde que el Gobierno apruebe las condiciones generales a las que se ajustarán los planes de estudios del título de Grado en Psicología.

4. Los psicólogos que desarrollen su actividad en centros, establecimientos y servicios del Sistema Nacional de Salud o concertados con él, para hacer efectivas las prestaciones sanitarias derivadas de la cartera de servicios comunes del mismo que correspondan a dichos profesionales, deberán estar en posesión del título oficial de Psicólogo Especialista en Psicología Clínica al que se refiere el apartado 3 del anexo I del Real Decreto 183/2008, de 8 de febrero, por el que se determinan y clasifican las especialidades en Ciencias de la Salud y se desarrollan determinados aspectos del sistema de formación sanitaria especializada.

Lo previsto en el párrafo anterior se entenderá sin perjuicio de las competencias de otros especialistas sanitarios y, en su caso, del carácter multiprofesional de los correspondientes equipos de trabajo en el ámbito de la salud mental.

5. Las Administraciones sanitarias de las distintas Comunidades Autónomas, para inscribir en el correspondiente Registro general de centros, servicios y establecimientos sanitarios las unidades asistencias/consultas de psicología, requerirán que el interesado haya obtenido el título de Máster en Psicología Sanitaria o el de Psicólogo especialista en Psicología Clínica.

Sin perjuicio de lo previsto en el párrafo anterior, se mantiene el procedimiento transitorio previsto en el número 2 de la disposición adicional sexta de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, durante un plazo de tres años desde la entrada en vigor de la presente ley.

6. Los psicólogos que hayan obtenido la inscripción de unidades asistenciales/consultas de psicología en un registro de centros, servicios y establecimientos sanitarios, al amparo de lo previsto en el párrafo segundo del anterior apartado 5, podrán seguir ejerciendo actividades sanitarias en la misma u otra comunidad autónoma, con posterioridad a la fecha del vencimiento del plazo de tres años indicado en el citado apartado, sin que en estos supuestos sea necesario ostentar para realizar una nueva inscripción, el título oficial de psicólogo especialista en Psicología Clínica o el de Master en Psicología General Sanitaria.

7. No obstante lo previsto en el anterior apartado 4, los psicólogos que a la fecha de entrada en vigor de la Ley 5/2011, de 29 de marzo, estuvieran desempeñando actividades sanitarias en centros, establecimientos y servicios del Sistema Nacional de Salud o concertados con él, en puestos de trabajo de psicólogo para cuyo acceso no se hubiera requerido estar en posesión del título de psicólogo especialista en Psicología Clínica, no podrán ser removidos de sus puestos por no ostentar dicho título.

Estos psicólogos podrán acogerse a lo previsto en el apartado 6 de esta disposición, si solicitan su inscripción en el correspondiente registro de centros, servicios y establecimientos sanitarios para ejercer actividades sanitarias en unidades asistenciales/consultas de psicología del ámbito privado, aun cuando no ostenten el Master en Psicología General Sanitaria.

Disposición adicional octava. *Obligación del suministro de datos relevantes para la salud de la población.*

Con el fin de asegurar la mejor tutela de la salud de la población, todas las Administraciones públicas, instituciones, entidades y organismos del sector público y privado, en particular los centros, servicios y establecimientos sanitarios y, en general, todas las personas físicas o jurídicas que desarrollen cualquier tipo de actividad y que en el ámbito de sus actuaciones posean información relevante para la salud de la población suministrarán a las autoridades sanitarias competentes los datos necesarios para el desarrollo de las actuaciones en materia de vigilancia en salud pública, prevención de enfermedades y protección de la salud, evaluación de riesgos para la salud, preparación y respuesta ante crisis y amenazas de salud pública, así como para la evaluación de estrategias, planes y programas que reviertan en la salud de la población.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

1. Queda derogado el apartado 1 del artículo 19, así como los artículos 21 y 22 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.
2. Queda derogado el artículo 66 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud.
3. Asimismo, quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta ley.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.*

El apartado 1 del artículo 25 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, queda redactado de la siguiente manera:

> «1. La exigencia de autorizaciones sanitarias, así como la obligación de someter a registro por razones sanitarias a las empresas o productos, serán establecidas reglamentariamente, tomando como base lo dispuesto en la presente ley, así como lo establecido en la Ley General de Salud Pública.»

El artículo 27 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, queda redactado de la siguiente manera:

> «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.»

Disposición final segunda. *Modificación de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud.*

La Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, se modifica en los siguientes términos:

Primero. La letra c) del artículo 2 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, queda redactada de la siguiente manera:

> «c) La coordinación y la cooperación de las Administraciones públicas sanitarias para la superación de las desigualdades en salud, en los términos previstos en esta ley y en la Ley General de Salud Pública.»

Segundo. La letra d) del artículo 2 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, queda redactada de la siguiente manera:

> «d) La prestación de una atención integral a la salud, comprensiva tanto de su promoción como de la prevención de enfermedades, de la asistencia y de la rehabilitación, procurando un alto nivel de calidad, en los términos previstos en esta ley y en la Ley General de Salud Pública.»

Tercero. El apartado 2 del artículo 11 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, queda redactado de la siguiente manera:

> «2. La prestación de salud pública comprende las siguientes actuaciones:
>
> a) La información y la vigilancia en salud pública y los sistemas de alerta epidemiológica y respuesta rápida ante emergencias en salud pública.
> b) La defensa de los fines y objetivos de la salud pública que es la combinación de acciones individuales y sociales destinadas a obtener compromisos políticos, apoyo para las políticas de salud, aceptación social y respaldo para unos objetivos o programas de salud determinados.
> c) La promoción de la salud, a través de programas intersectoriales y transversales.
> d) La prevención de las enfermedades, discapacidades y lesiones.

e) La protección de la salud, evitando los efectos negativos que diversos elementos del medio pueden tener sobre la salud y el bienestar de las personas.

f) La protección y promoción de la sanidad ambiental.

g) La protección y promoción de la seguridad alimentaria.

h) La protección y promoción de la salud laboral.

i) La evaluación de impacto en salud.

j) La vigilancia y control de los posibles riesgos para la salud derivados de la importación, exportación o tránsito de bienes y del tránsito internacional de viajeros.

k) La prevención y detección precoz de las enfermedades raras, así como el apoyo a las personas que las presentan y a sus familias.

La prestación de salud pública incluirá, asimismo, todas aquellas actuaciones singulares o medidas especiales que, en materia de salud pública, resulte preciso adoptar por las autoridades sanitarias de las distintas Administraciones públicas, dentro del ámbito de sus competencias, cuando circunstancias sanitarias de carácter extraordinario o situaciones de especial urgencia o necesidad así lo exijan y la evidencia científica disponible las justifique.»

Cuarto. El apartado 1 del artículo 26 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, queda redactado en los siguientes términos:

«1. Los servicios de salud informarán a la ciudadanía de sus derechos y deberes, de las prestaciones y de la cartera de servicios del Sistema Nacional de Salud, de los requisitos necesarios para el acceso a éstos y de los restantes derechos recogidos en la Ley básica reguladora de la autonomía del paciente y de los derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica, así como de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley General de Salud Pública y en las correspondientes normas autonómicas, en su caso.»

Quinto. La disposición adicional cuarta de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud queda redactada de la siguiente forma:

«Disposición adicional cuarta. *Extensión del contenido de la cartera de servicios del Sistema Nacional de Salud.*

1. La Mutualidad General de Funcionarios Civiles del Estado (MUFACE), el Instituto Social de las Fuerzas Armadas (ISFAS) y la Mutualidad General Judicial (MUGEJU), como integrantes del Sistema Nacional de Salud en su calidad de entidades gestoras de los Regímenes Especiales de la Seguridad Social de los Funcionarios Civiles del Estado, de las Fuerzas Armadas y del Personal al Servicio de la Administración de Justicia, respectivamente, tendrán que garantizar el contenido de la cartera de servicios del Sistema Nacional de Salud, así como las garantías sobre accesibilidad, movilidad, calidad, seguridad, información y tiempo recogidas en esta ley, de acuerdo con lo dispuesto en su normativa específica.

En materia de salud pública, se exceptúan de la Cartera de Servicios del Sistema Nacional de Salud en el ámbito de dichas Mutualidades las actuaciones de vigilancia epidemiológica, protección y promoción de la seguridad alimentaria, protección y promoción de la sanidad ambiental, vigilancia y control de los riesgos derivados de la importación y transito de bienes y viajeros, y las acciones generales de protección y promoción de la salud relacionadas con la prevención y abordaje de las epidemias y catástrofes.

En todo caso, los profesionales y centros sanitarios que prestan servicio al colectivo protegido por las Mutualidades de funcionarios en virtud de los conciertos suscritos por estas con las Entidades de Seguro Libre están obligados a colaborar con las autoridades competentes en las actuaciones emprendidas en materia de salud pública.

2. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 6, las entidades colaboradoras y mutuas con responsabilidades de cobertura de asistencia sanitaria pública tendrán que garantizar, en lo que resulte de aplicación, de acuerdo con lo dispuesto en su normativa específica, el contenido de la cartera de servicios del Sistema Nacional de

Salud, así como las garantías sobre accesibilidad, movilidad, calidad, seguridad, información y tiempo recogidas en esta ley.»

Disposición final tercera. *Modificación de la Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la autonomía del paciente y de derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica.*

El apartado 3 del artículo 16 de la Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la autonomía del paciente y de derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica queda redactado como sigue:

«3. El acceso a la historia clínica con fines judiciales, epidemiológicos, de salud pública, de investigación o de docencia, se rige por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, y demás normas de aplicación en cada caso. El acceso a la historia clínica con estos fines obliga a preservar los datos de identificación personal del paciente, separados de los de carácter clínicoasistencial, de manera que, como regla general, quede asegurado el anonimato, salvo que el propio paciente haya dado su consentimiento para no separarlos.

Se exceptúan los supuestos de investigación de la autoridad judicial en los que se considere imprescindible la unificación de los datos identificativos con los clínicoasistenciales, en los cuales se estará a lo que dispongan los jueces y tribunales en el proceso correspondiente. El acceso a los datos y documentos de la historia clínica queda limitado estrictamente a los fines específicos de cada caso.

Cuando ello sea necesario para la prevención de un riesgo o peligro grave para la salud de la población, las Administraciones sanitarias a las que se refiere la Ley 33/2011, General de Salud Pública, podrán acceder a los datos identificativos de los pacientes por razones epidemiológicas o de protección de la salud pública. El acceso habrá de realizarse, en todo caso, por un profesional sanitario sujeto al secreto profesional o por otra persona sujeta, asimismo, a una obligación equivalente de secreto, previa motivación por parte de la Administración que solicitase el acceso a los datos.»

Disposición final cuarta. *Título competencial.*

1. Esta ley tiene el carácter de norma básica, al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.16.ª de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre las bases y coordinación general de la sanidad. El capítulo VIII del Título II se ampara en la competencia exclusiva del Estado en materia de sanidad exterior en virtud de lo previsto en esta misma cláusula. El capítulo II del Título IV se dicta al amparo del artículo 149.1.15.ª de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de fomento y coordinación general de la investigación científica y técnica.

2. No tienen carácter básico y se aplican exclusivamente a la Administración General del Estado los artículos 45 y 53.

Disposición final quinta. *Habilitación para el desarrollo reglamentario.*

El Gobierno y la persona titular del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, en el ámbito de sus respectivas competencias, dictarán las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo y aplicación de esta ley.

Disposición final sexta. *Entrada en vigor.*

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», a excepción de lo dispuesto en el apartado 4 de su artículo 48, que entrará en vigor a los doce meses de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 18

Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios. [Inclusión parcial]

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
«BOE» núm. 177, de 25 de julio de 2015
Última modificación: 29 de julio de 2025
Referencia: BOE-A-2015-8343

[. . .]

TÍTULO PRELIMINAR

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación de la ley.*

Esta ley regula, en el ámbito de las competencias que corresponden al Estado:

a) Los medicamentos de uso humano y productos sanitarios, su investigación clínica, su evaluación, autorización, registro, fabricación, elaboración, control de calidad, almacenamiento, distribución, circulación, trazabilidad, comercialización, información y publicidad, importación y exportación, prescripción y dispensación, seguimiento de la relación beneficio-riesgo, así como la ordenación de su uso racional y el procedimiento para, en su caso, la financiación con fondos públicos. La regulación también se extiende a las sustancias, excipientes y materiales utilizados para su fabricación, preparación o envasado.

b) La actuación de las personas físicas o jurídicas en cuanto intervienen en la circulación industrial o comercial y en la prescripción o dispensación de los medicamentos y productos sanitarios.

c) Los criterios y exigencias generales aplicables a los medicamentos veterinarios y, en particular, a los especiales, como las fórmulas magistrales, y los relativos a los elaborados industrialmente, incluidas las premezclas para piensos medicamentosos.

d) Los cosméticos y productos de cuidado personal y, en particular, las medidas cautelares y el régimen de infracciones y sanciones aplicables a estos.

Artículo 2. *Definiciones.*

A los efectos de esta ley se entenderá por:

a) «Medicamento de uso humano»: Toda sustancia o combinación de sustancias que se presente como poseedora de propiedades para el tratamiento o prevención de enfermedades en seres humanos o que pueda usarse en seres humanos o administrarse a seres humanos con el fin de restaurar, corregir o modificar las funciones fisiológicas

ejerciendo una acción farmacológica, inmunológica o metabólica, o de establecer un diagnóstico médico.

b) «Medicamento veterinario»: Toda sustancia o combinación de sustancias que se presente como poseedora de propiedades curativas o preventivas con respecto a las enfermedades animales o que pueda administrarse al animal con el fin de restablecer, corregir o modificar sus funciones fisiológicas ejerciendo una acción farmacológica, inmunológica o metabólica, o de establecer un diagnóstico veterinario. También se considerarán «medicamentos veterinarios» las «premezclas para piensos medicamentosos» elaboradas para ser incorporadas a un pienso.

c) «Principio activo» o «sustancia activa»: Toda sustancia o mezcla de sustancias destinadas a la fabricación de un medicamento y que, al ser utilizadas en su producción, se convierten en un componente activo de dicho medicamento destinado a ejercer una acción farmacológica, inmunológica o metabólica con el fin de restaurar, corregir o modificar las funciones fisiológicas, o de establecer un diagnóstico.

d) «Excipiente»: Todo componente de un medicamento distinto del principio activo y del material de acondicionamiento.

e) «Materia prima»: Toda sustancia –activa o inactiva– empleada en la fabricación de un medicamento, ya permanezca inalterada, se modifique o desaparezca en el transcurso del proceso.

f) «Forma galénica» o «forma farmacéutica»: La disposición a que se adaptan los principios activos y excipientes para constituir un medicamento. Se define por la combinación de la forma en la que el producto farmacéutico es presentado por el fabricante y la forma en la que es administrado.

g) «Medicamento genérico»: Todo medicamento que tenga la misma composición cualitativa y cuantitativa en principios activos y la misma forma farmacéutica, y cuya bioequivalencia con el medicamento de referencia haya sido demostrada por estudios adecuados de biodisponibilidad. Las diferentes sales, ésteres, éteres, isómeros, mezclas de isómeros, complejos o derivados de un principio activo se considerarán un mismo principio activo, a menos que tengan propiedades considerablemente diferentes en cuanto a seguridad y/o eficacia. Las diferentes formas farmacéuticas orales de liberación inmediata se considerarán una misma forma farmacéutica. El solicitante podrá estar exento de presentar los estudios de biodisponibilidad si puede demostrar que el medicamento genérico satisface los criterios pertinentes definidos en las correspondientes directrices detalladas.

h) «Producto intermedio»: El destinado a una posterior transformación industrial por un fabricante autorizado.

i) «Fórmula magistral»: El medicamento destinado a un paciente individualizado, preparado por un farmacéutico, o bajo su dirección, para cumplimentar expresamente una prescripción facultativa detallada de los principios activos que incluye, según las normas de correcta elaboración y control de calidad establecidas al efecto, dispensado en oficina de farmacia o servicio farmacéutico y con la debida información al usuario en los términos previstos en el artículo 42.5.

j) «Preparado oficinal»: Aquel medicamento elaborado según las normas de correcta elaboración y control de calidad establecidas al efecto y garantizado por un farmacéutico o bajo su dirección, dispensado en oficina de farmacia o servicio farmacéutico, enumerado y descrito por el Formulario Nacional, destinado a su entrega directa a los enfermos a los que abastece dicha farmacia o servicio farmacéutico.

k) «Medicamento en investigación»: Forma farmacéutica de un principio activo o placebo que se investiga o se utiliza como referencia en un ensayo clínico, incluidos los productos con autorización cuando se utilicen o combinen, en la formulación o en el envase, de forma diferente a la autorizada, o cuando se utilicen para tratar una indicación no autorizada o para obtener más información sobre un uso autorizado.

l) «Producto sanitario»: Cualquier instrumento, dispositivo, equipo, programa informático, material u otro artículo, utilizado solo o en combinación, incluidos los programas informáticos destinados por su fabricante a finalidades específicas de diagnóstico y/o terapia y que intervengan en su buen funcionamiento, destinado por el fabricante a ser utilizado en seres humanos con fines de:

1.º Diagnóstico, prevención, control, tratamiento o alivio de una enfermedad;

2.º diagnóstico, control, tratamiento, alivio o compensación de una lesión o de una deficiencia;

3.º investigación, sustitución o modificación de la anatomía o de un proceso fisiológico;

4.º regulación de la concepción,

y que no ejerza la acción principal que se desee obtener en el interior o en la superficie del cuerpo humano por medios farmacológicos, inmunológicos ni metabólicos, pero a cuya función puedan contribuir tales medios.

m) «Producto de cuidado personal»: Sustancias o mezclas que, sin tener la consideración legal de medicamentos, productos sanitarios, cosméticos o biocidas, están destinados a ser aplicados sobre la piel, dientes o mucosas del cuerpo humano con finalidad de higiene o de estética, o para neutralizar o eliminar ectoparásitos.

n) «Producto cosmético»: Toda sustancia o mezcla destinada a ser puesta en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano (epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos) o con los dientes y las mucosas bucales, con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto, protegerlos, mantenerlos en buen estado o corregir los olores corporales.

o) «Medicamento falsificado»: Cualquier medicamento cuya presentación sea falsa con respecto a:

1.º Su identidad, incluidos el envase y etiquetado, el nombre o composición en lo que respecta a cualquiera de sus componentes, incluidos los excipientes, y la dosificación de dichos componentes;

2.º su origen, incluidos el fabricante, el país de fabricación, el país de origen y el titular de la autorización de comercialización; o,

3.º su historial, incluidos los registros y documentos relativos a los canales de distribución empleados.

La presente definición no comprende los defectos de calidad involuntarios y se entiende sin perjuicio de las violaciones de los derechos de propiedad intelectual.

p) «Distribución mayorista de medicamentos»: Toda actividad que consista en obtener, almacenar, conservar, suministrar o exportar medicamentos, excluida la dispensación al público de los mismos.

q) «Almacén por contrato»: Entidad que actúa como tercero, con la cual un laboratorio o un almacén mayorista suscribe un contrato para realizar determinadas actividades de distribución de medicamentos.

r) «Intermediación de medicamentos»: Todas las actividades relativas a la venta o compra de medicamentos, a excepción de aquellas incluidas en la definición de distribución mayorista, tal y como se define en este artículo, que no incluyen contacto físico con los mismos y que consisten en la negociación de manera independiente y en nombre de otra persona jurídica o física.

[. . .]

TÍTULO II

De los medicamentos

[. . .]

CAPÍTULO II

De las garantías exigibles a los medicamentos de uso humano elaborados industrialmente y de las condiciones de prescripción y dispensación de los mismos

[. . .]

Artículo 14. *Garantías de identificación.*

1. A cada principio activo le será atribuida una denominación oficial española (DOE) por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. La denominación oficial española será de uso obligatorio, sin perjuicio de que pueda expresarse, además, en las correspondientes lenguas oficiales de las comunidades autónomas.

La denominación oficial española deberá ser igual, o lo más aproximada posible, salvadas las necesidades lingüísticas, a la denominación común internacional (DCI) fijada por la Organización Mundial de la Salud.

Las denominaciones oficiales españolas de los principios activos serán de dominio público. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios publicará una lista con las denominaciones oficiales españolas de los principios activos autorizados en España, que se actualizará periódicamente.

Los organismos públicos promoverán la utilización de las denominaciones oficiales españolas, si existen, o, en su defecto, de las denominaciones comunes internacionales o, a falta de éstas, de las denominaciones usuales o científicas.

2. La denominación del medicamento podrá consistir en un nombre de fantasía que no pueda confundirse con la denominación común, o una denominación común o científica acompañada de una marca o del nombre del titular de la autorización de comercialización.

La denominación del medicamento no podrá confundirse con una denominación oficial española o una denominación común internacional ni inducir a error sobre las propiedades terapéuticas o la naturaleza del medicamento.

Los medicamentos genéricos deberán designarse con una denominación oficial española de principio activo y, en su defecto, con la denominación común internacional o bien, si esta no existiese, con la denominación común usual o científica de dicha sustancia, acompañada, en su caso, del nombre o marca del titular o fabricante; asimismo, podrán denominarse con una marca siempre que no pueda confundirse con una denominación oficial española o una denominación común internacional ni inducir a error sobre las propiedades terapéuticas o la naturaleza del medicamento. Se identificarán, además, con las siglas EFG (Equivalente Farmacéutico Genérico).

3. El Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad establecerá un Código Nacional de Medicamentos de general aplicación que facilite su pronta identificación y podrá exigir que sus números o claves figuren en el etiquetado de los medicamentos.

Artículo 15. *Garantías de información.*

1. El Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad regulará los aspectos relativos a las garantías de información y, en concreto, las características, extensión, pormenores y lugares donde deba figurar. En todo caso, para la elaboración de esta información sobre el medicamento, su titular proporcionará información escrita suficiente sobre su identificación, indicaciones y precauciones a observar en su empleo. Esta información se presentará, al menos, en la lengua española oficial del Estado y con ella se elaborará la ficha técnica, el prospecto y el etiquetado.

Los textos y demás características de la ficha técnica, el prospecto y el etiquetado forman parte de la autorización de los medicamentos y han de ser previamente autorizados por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. Sus modificaciones requerirán asimismo autorización previa o notificación, según proceda.

2. La ficha técnica o resumen de las características del producto reflejará las condiciones de uso autorizadas para el medicamento y sintetizará la información científica esencial para los profesionales sanitarios. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios aprobará la ficha técnica en la que constarán datos suficientes sobre la identificación del medicamento y su titular, así como las indicaciones terapéuticas para las que el medicamento ha sido autorizado, de acuerdo con los estudios que avalan su autorización. A la ficha técnica se acompañará, preceptivamente, información actualizada del precio del medicamento y, cuando sea posible, la estimación del coste del tratamiento.

La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios pondrá la ficha técnica a disposición de los servicios de salud de las comunidades autónomas, de los colegios u organizaciones profesionales, de los médicos, odontólogos, podólogos y farmacéuticos en

ejercicio y, en su caso, de los veterinarios en ejercicio. El titular de la autorización estará obligado a poner la ficha técnica actualizada a disposición de las Administraciones sanitarias y de los profesionales en todas sus actividades de promoción e información en los términos establecidos reglamentariamente.

3. El prospecto, que se elaborará de acuerdo con el contenido de la ficha técnica, proporcionará a los pacientes información suficiente sobre la denominación del principio activo, identificación del medicamento y su titular e instrucciones para su administración, empleo y conservación, así como sobre los efectos adversos, interacciones, contraindicaciones, en especial los efectos sobre la conducción de vehículos a motor, y otros datos que se determinen reglamentariamente con el fin de promover su más correcto uso y la observancia del tratamiento prescrito, así como las medidas a adoptar en caso de intoxicación. El prospecto deberá ser legible, claro, asegurando su comprensión por el paciente y reduciendo al mínimo los términos de naturaleza técnica.

4. En el etiquetado figurarán los datos del medicamento, como la denominación del principio activo, del titular de la autorización, vía de administración, cantidad contenida, número de lote de fabricación, fecha de caducidad, precauciones de conservación, condiciones de dispensación y demás datos que reglamentariamente se determinen. En cada embalaje figurarán codificados los datos del Código Nacional del Medicamento, el lote y unidad que permitan su identificación de forma individualizada por medios mecánicos, electrónicos e informáticos, en la forma que se determine reglamentariamente. En el embalaje deberá incluirse un espacio en blanco a rellenar por el farmacéutico donde éste podrá describir la posología, duración del tratamiento y frecuencia de tomas. Al dispensar un medicamento, las oficinas de farmacia deberán emitir un recibo en el que se haga constar el nombre del medicamento, su precio de venta al público y la aportación del paciente. En el caso de los medicamentos que sean objeto de la publicidad prevista en el artículo 80, el recibo hará constar, además, el descuento que, en su caso, se hubiese efectuado.

5. A fin de garantizar el acceso a la información de las personas invidentes o con discapacidad visual, en todos los envases de los medicamentos deberán figurar impresos en alfabeto braille los datos necesarios para su correcta identificación. El titular de la autorización garantizará que, previa solicitud de las asociaciones de pacientes afectados, el prospecto esté disponible en formatos apropiados para las personas invidentes o con visión parcial.

6. Los medicamentos se elaborarán y presentarán de forma que se garantice la prevención razonable de accidentes, especialmente en relación con la infancia y personas con discapacidad. Los envases llevarán, en su caso, algún dispositivo de precinto que garantice al usuario que el medicamento mantiene la composición, calidad y cantidad del producto envasado por el laboratorio. Asimismo, los embalajes incluirán el símbolo autorizado por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios a efectos de facilitar la aplicación y desarrollo del sistema de recogida de residuos de medicamentos y favorecer la protección del medio ambiente.

[. . .]

CAPÍTULO III

De las garantías exigibles a los medicamentos veterinarios elaborados industrialmente y de las condiciones de prescripción y dispensación de los mismos

[. . .]

Artículo 30. *Garantías de identificación.*

1. Cada principio activo de uso veterinario utilizará la correspondiente denominación oficial española (DOE) conforme a lo establecido en el artículo 14.

2. Podrá designarse a un medicamento veterinario con una marca o con una denominación oficial española de principio activo y, en su defecto, con la denominación común internacional o bien, si ésta no existiese, con la denominación común usual o científica de dicha sustancia. Reglamentariamente podrán regularse los supuestos en los

que podrá designarse a un medicamento genérico con una denominación comercial o con una marca. La denominación del medicamento, cuando sea una marca o una denominación comercial, no podrá confundirse con una denominación oficial española de principio activo o una denominación común internacional ni inducir a error sobre las propiedades terapéuticas o la naturaleza del medicamento.

3. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios establecerá un Código Nacional de Medicamentos veterinarios de general aplicación que facilite su pronta identificación y, asimismo, podrá exigir que sus números o claves figuren en el envase, etiquetado y embalaje de los medicamentos veterinarios.

Artículo 31. *Garantías de información.*

1. Los Ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad regularán los aspectos relativos a las garantías de información y, en concreto, las características, extensión, pormenores y lugares donde deba figurar. En todo caso, para la elaboración de esta información sobre el medicamento veterinario su titular proporcionará información escrita suficiente sobre su identificación, indicaciones y precauciones a observar en su empleo. Esta información se presentará, al menos, en la lengua española oficial del Estado y con ella se elaborará la ficha técnica, el prospecto y el etiquetado.

Los textos y demás características de la ficha técnica, el prospecto y el etiquetado forman parte de la autorización de los medicamentos veterinarios y han de ser previamente autorizados por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. Sus modificaciones requerirán, asimismo, autorización previa o notificación, según proceda.

2. La ficha técnica resumirá la información científica esencial sobre el medicamento veterinario a que se refiere. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios aprobará la ficha técnica en la que constarán datos suficientes sobre la identificación del medicamento veterinario y su titular, la información que se requiera para una actuación terapéutica y una atención farmacéutica correctas, de acuerdo con los estudios que avalan su autorización.

La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios pondrá la ficha técnica a disposición de las comunidades autónomas, de los colegios u organizaciones profesionales y de los veterinarios y farmacéuticos en ejercicio. El titular de la autorización estará obligado a poner la ficha técnica actualizada a disposición de los profesionales en todas sus actividades de promoción e información en los términos establecidos reglamentariamente, así como cuando la misma le sea solicitada.

3. El prospecto proporcionará información suficiente sobre la identificación del medicamento veterinario y su titular e instrucciones para su administración, empleo y conservación, así como sobre los efectos adversos, interacciones, contraindicaciones, tiempo de espera, si procede, y otros datos que se determinen reglamentariamente con el fin de promover su más correcto uso y la observancia del tratamiento prescrito, así como las medidas a adoptar en caso de intoxicación. Asimismo, el prospecto no deberá contener términos de naturaleza técnica a fin de asegurar su fácil lectura y comprensión.

4. En el envase y en el embalaje figurarán los datos del medicamento veterinario, del titular de la autorización, vía de administración, cantidad contenida, número de lote de fabricación, fecha de caducidad, precauciones de conservación, condiciones de dispensación, tiempo de espera, si procede, y demás datos que reglamentariamente se determinen.

Al dispensar un medicamento, las oficinas de farmacia, los establecimientos comerciales detallistas autorizados y los servicios de farmacia de las entidades o agrupaciones ganaderas deberán emitir un recibo en el que se haga constar el nombre del medicamento y su precio de venta al público.

5. A fin de garantizar el acceso a la información de las personas invidentes o con discapacidad visual, reglamentariamente se desarrollarán las disposiciones necesarias para que en los envases de los medicamentos destinados a animales de compañía figuren impresos en alfabeto braille los datos necesarios para su correcta identificación, así como que el titular de la autorización garantice que, previa solicitud de las asociaciones de

afectados, el prospecto esté disponible en formatos apropiados para las personas invidentes o con visión parcial.

6. Reglamentariamente se establecerán los requisitos necesarios para facilitar la aplicación y desarrollo de un sistema de recogida de los medicamentos veterinarios no utilizados o que hayan caducado.

[. . .]

CAPÍTULO V

De las garantías sanitarias de los medicamentos especiales

[. . .]

Artículo 50. *Medicamentos homeopáticos.*

1. Se considera medicamento homeopático, de uso humano o veterinario, el obtenido a partir de sustancias denominadas cepas homeopáticas con arreglo a un procedimiento de fabricación homeopático descrito en la Farmacopea Europea o en la Real Farmacopea Española o, en su defecto, en una farmacopea utilizada de forma oficial en un Estado miembro de la Unión Europea. Un medicamento homeopático podrá contener varios principios activos.

2. Reglamentariamente se establecerán los requisitos de autorización de medicamentos homeopáticos atendiendo a sus condiciones especiales. En particular se establecerá un procedimiento simplificado para aquellos productos cuyas garantías de calidad y seguridad lo permitan.

3. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios podrá autorizar la comercialización y distribución de las preparaciones homeopáticas que contengan algún componente de los denominados «nosodes», siempre que el titular del producto acredite, de manera suficiente, que la relación beneficio-riesgo de tales preparaciones resulta favorable. A tal efecto, se entenderán por «nosodes» aquellos productos patológicos de origen humano o animal así como los agentes patógenos o sus productos metabólicos y los productos de descomposición de órganos de origen humano o animal.

4. El Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad establecerá un código nacional que facilite su pronta identificación y, asimismo, exigirá que sus números o claves figuren en el envase, etiquetado y embalaje de los medicamentos homeopáticos con el mismo criterio que en los demás medicamentos.

[. . .]

TÍTULO VII

Del uso racional de los medicamentos de uso humano

CAPÍTULO I

De las garantías de formación e información independiente y de calidad para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios

[. . .]

Artículo 80. *Garantías en la publicidad de medicamentos y productos sanitarios destinada al público en general.*

1. Podrán ser objeto de publicidad destinada al público los medicamentos que cumplan todos los requisitos que se relacionan a continuación:

a) Que no se financien con fondos públicos.

b) Que, por su composición y objetivo, estén destinados y concebidos para su utilización sin la intervención de un médico que realice el diagnóstico, la prescripción o el seguimiento del tratamiento, aunque requieran la intervención de un farmacéutico. Este requisito podrá

exceptuarse cuando se realicen campañas de vacunación aprobadas por las autoridades sanitarias competentes.

c) Que no constituyan sustancias psicotrópicas o estupefacientes con arreglo a lo definido en los convenios internacionales.

2. La publicidad de un medicamento que sea objeto de publicidad al público, cumplirá con los requisitos establecidos en el apartado 1 de este artículo; por su parte, los mensajes publicitarios deberán reunir los siguientes requisitos:

a) Que resulte evidente el carácter publicitario del mensaje y quede claramente especificado que el producto es un medicamento.

b) Que se incluya la denominación del medicamento en cuestión, así como la denominación común cuando el medicamento contenga una única sustancia activa.

c) Que se incluyan todas las informaciones indispensables para la utilización correcta del medicamento así como una invitación expresa y claramente visible a leer detenidamente las instrucciones que figuren en el prospecto o en el embalaje externo, según el caso, y la recomendación de consultar al farmacéutico sobre su correcta utilización.

d) No incluir expresiones que proporcionen seguridad de curación, ni testimonios sobre las virtudes del producto ni de profesionales o personas cuya notoriedad pueda inducir al consumo.

e) No utilizar como argumento publicitario el hecho de haber obtenido autorización sanitaria en cualquier país o cualquier otra autorización, número de registro sanitario o certificación que corresponda expedir, ni los controles o análisis que compete ejecutar a las autoridades sanitarias con arreglo a lo dispuesto en esta ley.

f) Los mensajes publicitarios de los medicamentos que se emitan en soporte audiovisual deberán cumplir las condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad establecidas en el ordenamiento jurídico para la publicidad institucional.

3. La publicidad de medicamentos no sujetos a prescripción médica no requerirá de autorización administrativa previa, si bien las Administraciones sanitarias competentes efectuarán los controles necesarios para garantizar que los contenidos publicitarios cumplan con las normas legales y reglamentarias, que les sean de aplicación y que se ajusten fielmente a las condiciones científicas y técnicas recogidas en la autorización de comercialización.

4. Las Administraciones sanitarias, por razones de salud pública o seguridad de las personas, podrán limitar, condicionar o prohibir la publicidad de los medicamentos y de los productos sanitarios.

5. Se prohíben las primas, obsequios, premios, concursos, bonificaciones o similares como métodos vinculados a la promoción o venta al público de estos medicamentos.

6. En el caso de los productos sanitarios queda excluida la posibilidad de realizar publicidad directa o indirecta, dirigida al público en el caso de que un producto esté financiado por el Sistema Nacional de Salud. Esta prohibición de publicidad afecta a las empresas fabricantes, distribuidoras o comercializadoras, así como a todas aquellas entidades que puedan mantener un contacto directo con el paciente. Asimismo, se prohíben las primas, obsequios, descuentos, premios, concursos, bonificaciones o similares como métodos vinculados a la promoción o venta al público de dichos productos.

7. No podrán ser objeto de publicidad destinada al público los productos sanitarios que estén destinados a ser utilizados o aplicados exclusivamente por profesionales sanitarios.

8. La publicidad de las técnicas o procedimientos médicos o quirúrgicos ligados a la utilización de productos sanitarios específicos respetará los criterios contemplados en la publicidad de productos sanitarios.

Artículo 81. *Garantías en la publicidad de productos con supuestas propiedades sobre la salud.*

La publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias o métodos a los que se atribuyan efectos beneficiosos sobre la salud se regulará reglamentariamente.

[. . .]

TÍTULO IX

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Inspección y medidas cautelares

Artículo 108. *Inspección.*

1. Corresponde a las Administraciones sanitarias en el ámbito de sus competencias la realización de las inspecciones necesarias para asegurar el cumplimiento de lo previsto en esta ley.

2. Corresponde a la Administración General del Estado la realización de la función inspectora en los siguientes casos:

a) Cuando se trate de las actuaciones necesarias para las oportunas autorizaciones o registros que, de acuerdo con esta ley, corresponden a la Administración General del Estado.

b) En todo caso, cuando se trate de inspecciones a realizar en el territorio de las comunidades autónomas que no ostenten competencias de ejecución de la legislación de productos farmacéuticos o no hubieren recibido los correspondientes traspasos.

c) Cuando se trate de medicamentos, productos o artículos destinados al comercio exterior o cuya utilización o consumo pudiera afectar a la seguridad pública.

3. El personal al servicio de las Administraciones públicas que desarrolle las funciones de inspección, cuando ejerza tales funciones y acredite su identidad, estará autorizado para:

a) Entrar libremente y sin previa notificación, en cualquier momento, en todo centro o establecimiento sujeto a esta ley.

b) Proceder a las pruebas, investigaciones o exámenes necesarios para comprobar el cumplimiento de esta ley y de las normas que se dicten para su desarrollo.

c) Tomar o sacar muestras, en orden a la comprobación del cumplimiento de lo previsto en esta ley y en las disposiciones para su desarrollo.

d) Realizar cuantas actuaciones sean precisas en orden al cumplimiento de las funciones de inspección que desarrollen.

Artículo 109. *Medidas cautelares.*

1. En el caso de que exista o se sospeche razonablemente la existencia de un riesgo inminente y grave para la salud, las autoridades sanitarias podrán adoptar las siguientes medidas cautelares en el ámbito de esta ley:

a) La puesta en cuarentena, la retirada del mercado y la prohibición de utilización de medicamentos, fórmulas magistrales y preparados oficinales, así como la suspensión de actividades, publicidad y la clausura provisional de establecimientos, centros o servicios.

La puesta en cuarentena supondrá el bloqueo inmediato en el establecimiento farmacéutico en que se encuentren o al que se destinen, en caso de transporte no concluido, por el tiempo que se determine o hasta nueva orden, a cargo de su responsable.

b) La suspensión de la elaboración, prescripción, dispensación y suministro de medicamentos y productos sanitarios en investigación.

c) La limitación, prohibición, suspensión o sujeción a condiciones especiales de la fabricación, importación, comercialización, exportación, publicidad, puesta en servicio o utilización de los productos sanitarios, cosméticos o productos de cuidado personal, así como la puesta en cuarentena, la retirada del mercado y la recuperación de dichos productos.

2. La duración de las medidas a que se refiere el apartado anterior, que se fijarán para cada caso, sin perjuicio de las prórrogas sucesivas acordadas por resoluciones motivadas, no excederá de lo que exija la situación de riesgo inminente y grave que la justificó.

3. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios deberá ser informada de modo inmediato por la autoridad sanitaria que adoptó la medida cautelar.

4. De las medidas cautelares la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios dará conocimiento por los medios idóneos y con la rapidez adecuada a cada caso, a los servicios sanitarios, entidades responsables o público en general, según proceda.

5. El coste de las medidas cautelares será sufragado por la persona física o jurídica que hubiese dado lugar a su adopción.

CAPÍTULO II

Infracciones y sanciones

Artículo 110. *Disposiciones generales.*

1. Las infracciones en materia de medicamentos, productos sanitarios, cosméticos y productos de cuidado personal serán objeto de las sanciones administrativas correspondientes, previa instrucción del oportuno expediente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir.

2. La instrucción de causa penal ante los Tribunales de Justicia suspenderá la tramitación del expediente administrativo sancionador que hubiera sido incoado por los mismos hechos y, en su caso, la eficacia de los actos administrativos de imposición de sanción. Las medidas administrativas que hubieran sido adoptadas para salvaguardar la salud y seguridad de las personas se mantendrán en tanto la autoridad judicial se pronuncie sobre las mismas.

3. En ningún caso se impondrá una doble sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos, si bien deberán exigirse las demás responsabilidades que se deduzcan de otros hechos o infracciones concurrentes.

4. Con respecto al régimen sancionador y en lo no previsto por esta ley será de aplicación lo establecido por el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre.

Artículo 111. *Infracciones en materia de medicamentos.*

1. Las infracciones se califican como leves, graves y muy graves atendiendo a los criterios de riesgos para la salud, cuantía del eventual beneficio obtenido, gravedad de la alteración sanitaria y social producida, generalización de la infracción y reincidencia.

2. Constituirán faltas administrativas y serán sancionadas en los términos previstos en el artículo 114, las infracciones que a continuación se tipifican:

a) Infracciones leves:

1.ª No aportar, las entidades o personas responsables, los datos, declaraciones así como cualesquiera información que estén obligados a suministrar por razones sanitarias, técnicas, económicas, administrativas y financieras.

2.ª Incumplir el deber de colaborar con la administración sanitaria en la evaluación y control de medicamentos.

3.ª No disponer, los establecimientos obligados a ello, de acceso a la Real Farmacopea Española y al Formulario Nacional.

4.ª No proporcionar, los laboratorios farmacéuticos, a los facultativos sanitarios en ejercicio que lo soliciten la ficha técnica de medicamentos antes de su comercialización.

5.ª Realizar publicidad de fórmulas magistrales o de preparados oficinales.

6.ª Incumplir los requisitos que para la realización de la visita médica, establezca la normativa de las Administraciones sanitarias competentes en la gestión de la prestación farmacéutica.

7.ª No cumplimentar correctamente los datos y advertencias que deben contener las recetas normalizadas.

8.ª Dispensar medicamentos transcurrido el plazo de validez de la receta.

9.ª Realizar la sustitución de un medicamento, en los casos que ésta sea posible, incumpliendo los requisitos establecidos en esta ley.

10.ª Incumplir los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en esta ley y disposiciones que la desarrollan de manera que, en razón de los criterios contemplados en este artículo, tales incumplimientos merezcan la calificación de leves o no proceda su calificación como faltas graves o muy graves.

11.ª No incluir en los envases de los medicamentos la información en alfabeto braille para su correcta identificación por las personas invidentes y con discapacidad visual, conforme a lo dispuesto en el artículo 15.5.

b) Infracciones graves:

1.ª No realizar en la elaboración, fabricación, importación, exportación y distribución de medicamentos o de principios activos, los controles de calidad exigidos en la legislación sanitaria o incumplir las directrices detalladas sobre normas de correcta fabricación o buenas prácticas de distribución establecidas en el marco comunitario o efectuar los procesos de fabricación o control mediante procedimientos no validados.

2.ª Elaborar, fabricar, importar, exportar, dispensar o distribuir medicamentos por personas físicas o jurídicas que no cuenten con la preceptiva autorización.

3.ª Dificultar la labor inspectora mediante cualquier acción u omisión que perturbe o retrase la misma.

4.ª Preparar de forma individualizada vacunas y alérgenos en establecimientos distintos de los autorizados.

5.ª Prescribir y preparar fórmulas magistrales y preparados oficinales incumpliendo los requisitos legales establecidos.

6.ª Modificar por parte del titular, sin autorización previa o notificación, según proceda, cualquiera de las condiciones de autorización del medicamento.

7.ª No disponer, un laboratorio farmacéutico o entidad de distribución, de director técnico o del resto del personal exigido en cada caso.

8.ª Incumplir, el director técnico y demás personal, las obligaciones que competen a sus cargos.

9.ª Incumplir, el promotor o investigador de un ensayo clínico, las obligaciones establecidas para cada uno de ellos en la legislación vigente, cuando el hecho en razón de los criterios contemplados en este artículo no merezca la calificación de muy grave.

10.ª Incumplir, el promotor de ensayos clínicos, los plazos de comunicación a las autoridades sanitarias de las reacciones adversas graves e inesperadas ocurridas en un ensayo clínico.

11.ª Facilitar, al Comité Ético de Investigación Clínica o a las autoridades sanitarias, información y/o documentación, relacionada con un ensayo clínico, no veraz o que dé lugar a conclusiones inexactas.

12.ª Incumplir, el promotor, la obligación de publicación de los resultados de un ensayo clínico según lo establecido en el artículo 62.

13.ª Actuar, los integrantes del Comité Ético de Investigación Clínica, sin ajustarse a los requisitos de funcionamiento establecidos legalmente o sin estar debidamente acreditados.

14.ª Incumplir, los laboratorios farmacéuticos, entidades de distribución o personal sanitario, el deber de farmacovigilancia.

15.ª Negarse a dispensar medicamentos sin causa justificada.

16.ª Dispensar medicamentos sin receta, cuando ésta resulte obligada.

17.ª Suministrar, adquirir o vender medicamentos a entidades no autorizadas para la realización de tales actividades.

18.ª Actuar, los profesionales sanitarios implicados en el ciclo de prescripción, dispensación y administración y siempre que estén en ejercicio, en funciones de delegados de visita médica, representantes, comisionistas o agentes informadores de los laboratorios de medicamentos.

19.ª Incumplir, el personal sanitario, el deber de garantizar la confidencialidad y la intimidad de los pacientes en la tramitación de las recetas y órdenes médicas.

20.ª Funcionar, los servicios farmacéuticos y oficinas de farmacia, sin la presencia y actuación profesional del farmacéutico responsable.

21.ª Incumplir, las oficinas de farmacia, las exigencias que conlleva la facturación al Sistema Nacional de Salud de los productos contemplados en esta ley.

22.ª Defraudar, las oficinas de farmacia, al Sistema Nacional de Salud o al beneficiario del mismo con motivo de la facturación y cobro de recetas oficiales.

23.ª Dispensar o suministrar medicamentos en establecimientos distintos a los autorizados.

24.ª No ajustar los precios de los medicamentos a lo determinado por la Administración.

25.ª Sustituir medicamentos en la dispensación, contraviniendo lo dispuesto en el artículo 89.

26.ª Coartar la libertad del usuario en la elección de la oficina de farmacia mediante cualquier acto u omisión.

27.ª Ofrecer directa o indirectamente cualquier tipo de incentivo, bonificaciones, descuentos prohibidos, primas u obsequios, efectuados por quien tenga intereses directos o indirectos en la producción, fabricación y comercialización de medicamentos, a los profesionales sanitarios, con motivo de la prescripción, dispensación y administración de los mismos, o a sus parientes y personas de su convivencia.

28.ª Aceptar, los profesionales sanitarios, con motivo de la prescripción, dispensación y administración de medicamentos con cargo al Sistema Nacional de Salud, o sus parientes y personas de su convivencia, cualquier tipo de incentivo, bonificaciones, descuentos prohibidos, primas u obsequios efectuados por quien tenga intereses directos o indirectos en la producción, fabricación y comercialización de medicamentos.

29.ª No comunicar los laboratorios farmacéuticos al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad las unidades de medicamentos vendidas para ser dispensadas en territorio nacional.

30.ª No informar las entidades de distribución a las autoridades sanitarias de las comunidades autónomas en las que tengan su domicilio social y al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, de las unidades suministradas a oficinas de farmacia o servicios de farmacia que radiquen en territorio nacional, así como, en su caso, a otras entidades de distribución, con independencia de la Comunidad Autónoma en que estas últimas radiquen.

31.ª No comunicar las oficinas de farmacia la información sobre medicamentos dispensados a que se refiere esta ley.

32.ª Aportar u ocultar las entidades o personas responsables, datos, declaraciones o cualquier información que estén obligados a suministrar a las administraciones sanitarias competentes de forma que no resulten veraces o den lugar a conclusiones inexactas, con la finalidad de obtener con ello algún beneficio, ya sea económico o de cualquier otra índole.

33.ª Incumplir, las personas que se dediquen a la intermediación de medicamentos, los requisitos establecidos en la normativa vigente y en las buenas prácticas de distribución de medicamentos.

34.ª Incumplir, el fabricante de los medicamentos, las obligaciones en materia de excipientes que se utilicen en la fabricación de medicamentos.

35.ª Realizar, por parte del titular de la autorización de laboratorio o del titular de una autorización de distribución, actividades que no se ajusten a la misma.

36.ª Incumplir, las oficinas de farmacia y servicios de farmacia, lo establecido legalmente en materia de aportación del usuario en la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud.

37.ª Realizar la oficina de farmacia cualquier acto que induzca al usuario a adquirir una mayor cantidad de medicamentos dentro de la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud que el verdaderamente necesario o demandado por este último.

c) Infracciones muy graves:

1.ª Poner en el mercado medicamentos de cualquier naturaleza sin haber obtenido la preceptiva autorización sanitaria para ello.

2.ª Fabricar, importar, exportar, intermediar, distribuir, dispensar y vender medicamentos falsificados. Esta infracción también se aplicará en el caso de que esta venta se efectúe a distancia.

3.ª Incumplir, el titular de la autorización, la obligación de presentar los informes periódicos de seguridad

4.ª Preparar remedios secretos.

5.ª Importar y exportar sangre, fluidos, glándulas y tejidos humanos y sus componentes y derivados sin la previa autorización.

6.ª Realizar ensayos clínicos sin la previa autorización administrativa.

7.ª Realizar ensayos clínicos sin contar con el consentimiento del sujeto del ensayo o, en su caso, de su representante legal, o el incumplimiento, por parte del investigador, del deber de información sobre el ensayo clínico a quien participa como sujeto del mismo.

8.ª No comunicar, el promotor de un ensayo clínico, a las autoridades sanitarias las reacciones adversas ocurridas en el desarrollo del mismo o los informes periódicos de seguridad.

9.ª Incumplir, el promotor o investigador de un ensayo clínico, las obligaciones establecidas para cada uno de ellos en la legislación vigente cuando suponga perjuicio en los derechos, seguridad y bienestar de los sujetos.

10.ª Distribuir o conservar los medicamentos sin observar las condiciones exigidas, así como poner a la venta medicamentos alterados, en malas condiciones o, cuando se haya señalado, pasado el plazo de validez.

11.ª Vender medicamentos a domicilio o a través de internet o de otros medios telemáticos o indirectos, en contra de lo previsto en esta ley o incumpliendo las disposiciones que regulen dicha modalidad de venta.

12.ª Incumplir las entidades de distribución y las oficinas de farmacia sus obligaciones legales y, en particular, no disponer de las existencias de medicamentos adecuadas para la normal prestación de sus actividades o servicios.

13.ª Incumplir las entidades de distribución y las oficinas de farmacia sus obligaciones legales y, en particular, no disponer de existencias mínimas de medicamentos para supuestos de emergencia o catástrofes, en los casos que resulte obligado.

14.ª Elaborar, fabricar, importar, exportar, distribuir, comercializar, prescribir y dispensar productos, preparados, sustancias o combinaciones de las mismas, que se presenten como medicamentos sin estar legalmente reconocidos como tales.

15.ª Incumplir con la obligación de suscribir un seguro, aval o garantía financiera equivalente en los supuestos exigidos por esta ley.

16.ª Realizar promoción, información o publicidad de medicamentos no autorizados o sin que tales actividades se ajusten a lo dispuesto en esta ley o en la legislación general sobre publicidad.

17.ª Efectuar promoción, publicidad o información destinada al público de productos o preparados, con fines medicinales, aun cuando el propio producto no haga referencia explícita a dichos fines, incluidas las sustancias medicinales y sus combinaciones, que no se encuentren autorizados como medicamentos.

18.ª Ofrecer primas, obsequios, premios, concursos, bonificaciones, descuentos o similares como métodos vinculados a la promoción o venta al público de los productos regulados en esta ley.

19.ª Incumplir las medidas cautelares y definitivas sobre medicamentos que las autoridades sanitarias competentes acuerden por causa grave de salud pública.

20.ª No cumplir los requisitos y condiciones reglamentariamente exigidos en materia de publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias, energías o métodos a los que se atribuyan efectos beneficiosos sobre la salud.

21.ª Cesar el suministro de un medicamento por parte del titular de autorización de comercialización, en el caso en el que concurran razones de salud o de interés sanitario, como en el supuesto de originarse laguna terapéutica, ya sea en el mercado en general o en la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud.

22.ª Distribuir fuera del territorio nacional medicamentos para los que existan problemas de desabastecimiento con repercusión asistencial.

23.ª Realizar, por parte de las oficinas de farmacia, actividades de distribución de medicamentos a otras oficinas de farmacia, entidades de distribución autorizadas, u otras entidades, centros o personas físicas sin autorización para la actividad de distribución o bien la realización de envíos de medicamentos fuera del territorio nacional.

24.ª Dispensar, vender o comercializar los medicamentos devueltos o entregados por los pacientes o el público en general a las oficinas de farmacia.

25.ª Incumplir, el titular de la autorización de comercialización, su obligación de tener suficientemente abastecido el mercado, de modo adecuado y continuado para posibilitar el cumplimiento de las exigencias legalmente establecidas en materia de prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud y garantizar el abastecimiento a las oficinas de

farmacia y servicios de farmacia de los medicamentos incluidos en agrupaciones homogéneas, de precio más bajo y precio menor.

26.ª Impedir la actuación de los inspectores debidamente acreditados, en los centros en los que se elaboren, fabriquen, distribuyan y dispensen medicamentos.

3. La comisión de una infracción, precedida de otras dos de grado inmediatamente inferior o igual sancionadas en firme en el plazo de un año previo a dicha comisión, incrementará de leve a grave, o de grave a muy grave, dicha infracción.

Artículo 112. *Infracciones en materia de productos sanitarios.*

1. Las infracciones se califican como leves, graves y muy graves atendiendo a los criterios de riesgo para la salud, cuantía del eventual beneficio obtenido, gravedad de la alteración sanitaria y social producida, generalización de la infracción y reincidencia.

2. Constituirán infracciones administrativas y serán sancionadas en los términos previstos en el artículo 114 las conductas que a continuación se tipifican:

a) Infracciones leves:

1.ª No aportar, las entidades o personas responsables, los datos, declaraciones, así como cualquier información que estén obligados a suministrar por razones sanitarias, técnicas, económicas, administrativas y financieras.

2.ª Incumplir el deber de colaborar con las autoridades sanitarias en la evaluación, vigilancia y control de los productos sanitarios.

3.ª Dificultar la labor inspectora mediante cualquier acción u omisión que perturbe o retrase la misma.

4.ª Presentar en ferias, exposiciones y demostraciones productos no aptos para la puesta en el mercado o en servicio sin la correspondiente indicación de su no conformidad o imposibilidad de puesta en servicio.

5.ª No mantener a disposición del paciente la declaración prevista para los productos a medida, no informarle al respecto o no entregársela a su requerimiento.

6.ª No identificar como tales los productos destinados exclusivamente a exportación.

7.ª Incumplir los requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidos en la reglamentación aplicable que, en razón de los criterios contemplados en este artículo, merezcan la calificación de leves o cuando no proceda su calificación como faltas graves o muy graves.

b) Infracciones graves:

1.ª No facilitar al paciente y/o no incluir en su historia clínica la información preceptiva sobre el producto que ha recibido o la tarjeta de implantación cuando así se haya establecido, así como no remitir dicha tarjeta a la empresa suministradora o al registro nacional que se haya dispuesto.

2.ª Fabricar, agrupar y esterilizar los productos en territorio nacional sin la licencia sanitaria previa de funcionamiento de la instalación, así como importar productos sanitarios sin la licencia previa de establecimiento.

3.ª Fabricar, agrupar, esterilizar o importar productos sin respetar los requisitos exigidos o sin ajustarse a las condiciones en que se otorgó la licencia de funcionamiento.

4.ª Incumplir el responsable técnico las obligaciones que competen a su cargo.

5.ª Comercializar productos sanitarios sin «marcado CE» cuando éste sea preceptivo, usar cualquier otro marcado que pueda inducir a confusión con el «marcado CE», así como colocar el «marcado CE» en los productos en condiciones distintas de las establecidas, salvo lo dispuesto en la infracción 5.ª de la letra c) de este apartado.

6.ª No mantener a disposición de las autoridades competentes y por el tiempo señalado la documentación preceptiva, así como negarse a facilitar dicha documentación a las autoridades sanitarias.

7.ª Incumplir el deber de comunicación de comercialización en los productos en los que dicha comunicación sea requerida, así como no comunicar las modificaciones producidas o el cese de la comercialización.

8.ª Incumplir el deber de comunicación de los responsables establecidos en España cuando dicha comunicación sea requerida así como no comunicar las modificaciones producidas.

9.ª Incumplir el fabricante, representante autorizado, importador o distribuidor las obligaciones relativas a la identificación de los agentes que les preceden o les siguen en la cadena de comercialización.

10.ª Incumplir el importador o el distribuidor las obligaciones que les incumben para asegurarse de que los productos han seguido los procedimientos de evaluación de conformidad correspondientes y se ha elaborado la documentación preceptiva.

11.ª Distribuir o vender productos de forma ambulante o en establecimientos que no han sido debidamente comunicados o autorizados, o que no dispongan del técnico o del profesional cualificado que corresponda.

12.ª Distribuir, instalar, mantener y utilizar productos sin observar las condiciones exigidas, así como poner a la venta productos sanitarios alterados, en malas condiciones o cuando se haya sobrepasado el plazo de validez.

13.ª Distribuir productos implantables sin proporcionar la correspondiente tarjeta de implantación cuando ésta sea preceptiva, así como no dar el tratamiento debido a dichas tarjetas.

14.ª Vender al público productos sanitarios en los casos no permitidos, así como sin exigir la correspondiente prescripción cuando ésta resulte obligada, salvo lo contemplado en la infracción 7.ª, de la letra c) de este apartado.

15.ª Realizar investigaciones clínicas sin atenerse a los procedimientos y condiciones previstos salvo lo contemplado en las infracciones 8.ª y 9.ª de la letra c) de este apartado.

16.ª Ejecutar incorrectamente el organismo notificado las actuaciones que se le encomiendan sin que tenga repercusiones para la seguridad de los productos certificados.

17.ª Negarse a facilitar el organismo notificado la documentación solicitada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a fin de verificar el cumplimiento de sus requisitos y obligaciones.

18.ª Incumplir el fabricante, representante autorizado, importador o distribuidor el deber de notificación de los incidentes adversos y acciones de seguridad al Sistema de Vigilancia de Productos Sanitarios, así como negarse a modificar o suspender las acciones en las condiciones requeridas por la autoridad sanitaria.

19.ª Incumplir el deber de notificación en el transcurso de las investigaciones clínicas de las circunstancias requeridas.

20.ª Impedir la actuación de los inspectores, debidamente acreditados, en los centros en que se fabriquen, almacenen, distribuyan, vendan o utilicen productos sanitarios.

21.ª Violar el principio de confidencialidad en relación con las informaciones de pacientes y productos por quienes están obligados a mantenerla.

22.ª Poner en servicio en España productos que no incluyan en el etiquetado e instrucciones de uso los datos e informaciones requeridos, al menos en español.

23.ª Incumplir los requisitos y condiciones relativos a la publicidad y promoción de los productos sanitarios.

24.ª Efectuar publicidad dirigida al público de los productos en los que no está permitida, excepto lo contemplado en la infracción 12.ª de la letra c) de este apartado.

25.ª Ofrecer, otorgar o prometer primas, ventajas pecuniarias o ventajas en especie a los profesionales sanitarios o a cualquier otro cualificado, relacionados con la utilización o prescripción de los productos sanitarios, así como a sus parientes y personas de su convivencia. También el solicitarlas o aceptarlas.

26.ª Utilizar un profesional productos en condiciones y para usos distintos de los indicados por el fabricante, o por personal no cualificado o debidamente adiestrado.

27.ª Utilizar en pacientes productos que no hayan satisfecho los procedimientos de evaluación de la conformidad que les sean de aplicación.

28.ª Negarse a dispensar productos sanitarios sin causa justificada.

29.ª Actuar, los profesionales sanitarios implicados en el ciclo de prescripción, dispensación y administración y siempre que estén en ejercicio, en funciones de delegados de visita médica, representantes, comisionistas o agentes informadores de los laboratorios de productos sanitarios.

30.ª Fabricar productos sanitarios a medida sin contar con la correspondiente prescripción escrita por un facultativo.

31.ª Incumplir el profesional sanitario el deber de notificación de los incidentes adversos al Sistema de Vigilancia de Productos Sanitarios.

32.ª Incumplir, las oficinas de farmacia y servicios de farmacia, lo establecido legalmente en materia de aportación del usuario en la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud.

c) Infracciones muy graves:

1.ª Poner en el mercado y/o en servicio productos que no cumplan con los requisitos esenciales que les sean de aplicación.

2.ª Poner en el mercado y/o en servicio productos que no hayan satisfecho los procedimientos de evaluación de la conformidad o que no hayan efectuado las declaraciones que, en su caso, les resulten de aplicación.

3.ª Comercializar y/o poner en servicio productos que comprometan la salud o la seguridad de los pacientes, usuarios o, en su caso, de terceros.

4.ª Instalar y/o mantener inadecuadamente productos, de forma que comprometan la salud o la seguridad de los pacientes, usuarios o, en su caso, de terceros.

5.ª Usar indebidamente el «marcado CE» en productos no conformes o que no hayan satisfecho los procedimientos de evaluación de la conformidad correspondientes, así como en los productos que no tienen la condición de productos sanitarios.

6.ª Incumplir el deber de ejecución de las medidas y acciones necesarias para reducir o eliminar riesgos para la salud ocasionados por los productos, así como de las medidas y acciones ordenadas por las autoridades sanitarias.

7.ª Vender al público productos para el diagnóstico genético.

8.ª Realizar investigaciones clínicas incumpliendo las obligaciones establecidas en la legislación vigente, cuando suponga un perjuicio en los derechos, seguridad y bienestar de los pacientes.

9.ª Realizar investigaciones clínicas sin contar con el consentimiento del sujeto de las mismas o, en su caso, de su representante, o incumplir por parte del investigador el deber de información sobre la investigación clínica a quien participa como sujeto de la misma.

10.ª Utilizar por un profesional productos en condiciones y para usos distintos de los indicados por el fabricante, o por personal no cualificado o debidamente adiestrado, con riesgo para la salud y seguridad de las personas.

11.ª Ejecutar incorrectamente, el organismo notificado, las actuaciones que se le encomiendan, cuando quede perjudicada la seguridad de los productos certificados, así como continuar certificando una vez retirada la correspondiente designación.

12.ª Efectuar publicidad dirigida al público de los productos para el diagnóstico genético.

13.ª Falsificar productos sanitarios, así como falsificar los documentos acreditativos de la conformidad.

14.ª Incumplir, la empresa suministradora, su obligación de tener suficientemente abastecido el mercado, de modo adecuado y continuado para posibilitar el cumplimiento de las exigencias legalmente establecidas en materia de prestación con productos sanitarios del Sistema Nacional de Salud y garantizar el abastecimiento.

15.ª Cualquier acto de la oficina de farmacia que induzca al usuario a adquirir una mayor cantidad de productos sanitarios dentro de la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud que el verdaderamente necesario o demandado por este último.

[. . .]

Artículo 114. *Sanciones.*

1. Las infracciones en materia de medicamentos serán sancionadas con multa, de conformidad con lo establecido en el artículo 111 aplicando una graduación de mínimo, medio y máximo a cada nivel de infracción, en función de la negligencia e intencionalidad del sujeto infractor, fraude, connivencia, incumplimiento de las advertencias previas, cifra de negocios de la empresa, número de personas afectadas, perjuicio causado, beneficios obtenidos a causa de la infracción, permanencia o transitoriedad de los riesgos y

reincidencia por comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme:

a) Infracciones leves:

Grado mínimo: Hasta 6.000 euros.
Grado medio: Desde 6.001 a 18.000 euros.
Grado máximo: Desde 18.001 a 30.000 euros.

b) Infracciones graves:

Grado mínimo: Desde 30.001 a 60.000 euros.
Grado medio: Desde 60.001 a 78.000 euros.
Grado máximo: Desde 78.001 a 90.000 euros.

c) Infracciones muy graves:

Grado mínimo: Desde 90.001 a 300.000 euros.
Grado medio: Desde 300.001 a 600.000 euros.
Grado máximo: Desde 600.001 a 1.000.000 de euros, pudiendo rebasar dicha cantidad hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción.

No obstante, en el caso de infracciones en materia de medicamentos veterinarios, la sanción sólo se impondrá en el grado máximo cuando la actuación infractora haya producido un daño directo o provocado un riesgo grave y directo en la salud pública o en la seguridad alimentaria.

2. Sin perjuicio de la multa que proceda imponer conforme a lo dispuesto en el apartado anterior, las infracciones en materia de medicamentos serán sancionadas con el comiso, en favor del Tesoro Público, del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la perpetración de la infracción. La resolución de la Administración determinará a estos efectos la cuantía del beneficio ilícito obtenido.

3. Sin perjuicio de la multa que proceda imponer conforme a lo dispuesto en el apartado uno de este artículo, la infracción muy grave en materia de medicamentos, recogida en el apartado 23 del párrafo c) del artículo 111.2, podrá conllevar la inhabilitación de la oficina de farmacia implicada para dispensar recetas del Sistema Nacional de Salud por un periodo mínimo de 3 meses y máximo de 1 año.

4. Las sanciones por la comisión de infracciones graves y muy graves serán publicadas en el diario oficial correspondiente una vez que adquieran firmeza.

5. Corresponde el ejercicio de la potestad sancionadora a la Administración General del Estado o a las comunidades autónomas que ostentan la función inspectora, de acuerdo con lo regulado en el artículo 108.

6. Además, en los supuestos de infracciones muy graves podrá acordarse, por el Consejo de Ministros o por los órganos competentes de las comunidades autónomas a las que corresponda la ejecución de la legislación sobre productos farmacéuticos, el cierre temporal del establecimiento, instalación o servicio por un plazo máximo de cinco años. En tal caso, será de aplicación lo previsto en el artículo 53 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

7. Lo previsto en los apartados anteriores resultará de aplicación a las infracciones en materia de productos sanitarios y cosméticos, de conformidad con lo establecido en los artículos 112 y 113.

No obstante, en el caso de infracciones en materia de productos sanitarios y cosméticos, la sanción sólo se impondrá en su grado máximo cuando la actuación infractora haya producido un daño directo o provocado un riesgo grave y directo en la salud pública.

[. . .]

Artículo 116. *Prescripción.*

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las graves a los dos años y las leves al año; en los mismos plazos prescribirán las sanciones.

2. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día en que la infracción se hubiera cometido.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

3. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquél en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

TÍTULO X

De la acción de cesación

Artículo 117. *Solicitud previa al ejercicio de la acción de cesación.*

1. Cuando una publicidad de medicamentos de uso humano, de productos sanitarios o de productos con supuestas propiedades sobre la salud sea contraria a esta ley, a sus disposiciones de desarrollo o a la Ley 14/1986, de 25 de abril, afectando a los intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios, podrán solicitar su cesación:

a) La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y los órganos o entidades correspondientes de las comunidades autónomas y de las corporaciones locales competentes en materia de defensa de los consumidores.

b) Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan los requisitos establecidos en 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, o, en su caso, en la legislación autonómica en materia de defensa de los consumidores.

c) Las entidades de otros Estados miembros de la Unión Europea a las que alude el artículo 118.

d) Los titulares de un derecho o de un interés legítimo.

2. La solicitud se hará en forma que permita tener constancia fehaciente de su fecha, de su recepción y de su contenido.

3. La cesación podrá ser solicitada desde el comienzo hasta el fin de la actividad publicitaria. Asimismo, la acción podrá ejercitarse para prohibir la realización de una conducta cuando ésta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inmediato.

4. Dentro de los quince días siguientes a la recepción de la solicitud, el requerido comunicará al requirente en forma fehaciente su voluntad de cesar en la actividad publicitaria y procederá efectivamente a dicha cesación.

5. En los casos de silencio o negativa, o cuando no hubiera tenido lugar la cesación, el requirente, previa justificación de haber efectuado la solicitud de cesación, podrá ejercitar la acción prevista en el artículo siguiente.

6. Tanto la solicitud como la voluntad de cesar, o, en su caso, la negativa a cesar en la actividad publicitaria, deberá ser comunicada a la autoridad sanitaria competente en materia de control de publicidad de medicamentos.

Artículo 118. *Acción de cesación.*

1. Podrá ejercitarse la acción de cesación frente a las siguientes conductas, siempre que sean contrarias a esta ley, a sus normas de desarrollo o a la Ley 14/1986, de 25 de abril, y lesionen intereses colectivos o difusos de los consumidores y usuarios:

a) Conductas en materia de publicidad de medicamentos de uso humano, en cuyo caso podrá ejercitarse la acción sin necesidad de presentar la solicitud previa contemplada en el artículo 117, que tendrá carácter potestativo.

b) Conductas en materia de publicidad de productos sanitarios o productos con supuestas propiedades para la salud, previa la preceptiva presentación de la solicitud contemplada en el artículo 117.

2. La acción de cesación se dirige a obtener una sentencia que condene al demandado a cesar en la conducta contraria a las normas citadas en el apartado anterior y a prohibir su reiteración futura. Asimismo, la acción podrá ejercerse para prohibir la realización de una conducta cuando ésta haya finalizado al tiempo de ejercitar la acción, si existen indicios suficientes que hagan temer su reiteración de modo inmediato.

Deberá comunicarse a la autoridad sanitaria competente en materia de control de la publicidad de medicamentos tanto la interposición de la acción, como la sentencia que, en su caso, se dicte.

3. Estarán legitimados para ejercitar la acción de cesación:

a) La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y los órganos o entidades correspondientes de las comunidades autónomas y de las corporaciones locales.

b) Las asociaciones de consumidores y usuarios que reúnan los requisitos establecidos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, o, en su caso, en la legislación autonómica en materia de defensa de los consumidores.

c) El Ministerio Fiscal.

d) Las entidades de otros Estados miembros de la Unión Europea constituidas para la protección de los intereses colectivos y de los intereses difusos de los consumidores que estén habilitadas mediante su inclusión en la lista publicada a tal fin en el «Diario Oficial de la Unión Europea».

Los Jueces y Tribunales aceptarán dicha lista como prueba de la capacidad de la entidad habilitada para ser parte, sin perjuicio de examinar si la finalidad de la misma y los intereses afectados legitiman el ejercicio de la acción.

e) Los titulares de un derecho o interés legítimo.

Todas las entidades citadas en este artículo podrán personarse en los procesos promovidos por otra cualquiera de ellas, si lo estiman oportuno para la defensa de los intereses que representan.

[. . .]

Disposición adicional octava. *Medicamentos objeto de publicidad.*

El precio fijado en el envase de los medicamentos que sean objeto de la publicidad prevista en el artículo 80 será considerado como precio máximo de venta al público. Reglamentariamente se establecerá el descuento máximo aplicable por las oficinas de farmacia.

[. . .]

§ 19

Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial]

Ministerio de Sanidad y Política Social
«BOE» núm. 268, de 6 de noviembre de 2009
Última modificación: 22 de marzo de 2023
Referencia: BOE-A-2009-17606

Norma derogada, con efectos de 23 de marzo de 2023, por la disposición derogatoria única.1.a) del Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, Ref. BOE-A-2023-7416, con las siguientes excepciones:
1.º Los artículos 30, 31 y 32 y las obligaciones relativas a la vigilancia y las investigaciones clínicas previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo 123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.
2.º Los apartados 5 y 6 del artículo 19, los artículos 22, 23, 24 y 25 y la notificación de certificados previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de los dieciocho meses después de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo 123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.
3.º El articulo 33 relativo a las tarjetas de implantación mientras que los productos se sigan introduciendo en el mercado y comercializando de acuerdo a lo establecido en los apartados 3 y 4 del artículo 120 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.
4.º El artículo 21 relativo al procedimiento del Organismo Notificado y los artículos 38, 39 y 40 relativos a la publicidad, promoción, incentivos y patrocinio de reuniones científicas que mantendrán su vigencia hasta el desarrollo de su legislación específica.
5.º La disposición adicional cuarta, relativa a la aplicación del capítulo VII del mencionado real decreto a los productos sanitarios para el diagnóstico *in vitro,* que mantendrán su vigencia hasta el desarrollo de su legislación específica.

[. . .]

CAPÍTULO XI

Publicidad y exhibiciones

Artículo 38. *Publicidad y promoción de los productos.*

1. La publicidad y promoción de los productos regulados en este real decreto se regirá por los principios generales establecidos en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, así como en los artículos 27 y 102 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, y en la Ley 29/2006, de 26 de julio.

2. Los fabricantes, distribuidores o comercializadores, así como todas aquellas entidades que puedan mantener un contacto directo con el paciente, no podrán hacer publicidad directa o indirecta dirigida al público, en el caso de que el producto sanitario esté financiado por el Sistema Nacional de Salud.

3. Los medios de información y promoción utilizados como soporte, ya sean escritos, audiovisuales o de otra naturaleza, tendrán carácter básicamente científico y estarán dirigidos y se distribuirán con carácter general a profesionales sanitarios.

4. La información se facilitará a través de personas adecuadamente formadas y que posean los conocimientos suficientes para proporcionar orientaciones precisas y completas sobre los productos que promocionan. El contenido de la información incluirá los datos técnicos necesarios para que se pueda juzgar objetivamente sobre la utilidad del producto sanitario.

5. En el caso de que, por la naturaleza del producto sanitario, se efectúe publicidad directa al público, se tendrá en cuenta, en particular, lo establecido en el artículo 78, apartado 5 de la Ley 29/2006, de 26 de julio, así como las disposiciones de este real decreto.

6. Los mensajes publicitarios que se inserten en cualquiera de los medios generales de comunicación, incluido Internet, así como cualquier otro material promocional dirigido al público, serán objeto de autorización previa por las autoridades sanitarias de las comunidades autónomas. Cualquier otro texto promocional estará a disposición de las autoridades sanitarias citadas durante, al menos, tres meses después de su divulgación.

A los efectos indicados en este apartado, actuará la comunidad autónoma donde tenga su domicilio la empresa del producto anunciado, salvo que la publicidad esté destinada, exclusivamente, al territorio de una comunidad autónoma, que será, en este caso, la responsable de su autorización. Cuando la empresa carezca de domicilio en España, actuará la comunidad autónoma donde radique el medio de difusión.

7. Los textos de publicidad o promoción deberán indicar la conformidad del producto con la legislación vigente, así como las contraindicaciones y los posibles efectos secundarios que pudieran derivarse del uso de los productos.

8. En la publicidad de los productos dirigida al público se prohíbe cualquier mención que haga referencia a una autoridad sanitaria o a recomendaciones que hayan formulado científicos, profesionales de la salud u otras personas que puedan, debido a su notoriedad, incitar a su utilización. Se exceptúa de esta prohibición la publicidad promovida por las Administraciones públicas.

9. Queda prohibido efectuar publicidad dirigida al público de los productos que sean aplicados o utilizados directamente por dichos profesionales, así como la publicidad de todo producto que sin ajustarse a lo establecido en este real decreto pretenda realizar alguno de los fines previstos en el artículo 2, apartado 1, letras a) y b).

Téngase en cuenta que este artículo se mantiene vigente hasta el desarrollo de su legislación específica, según establece la disposición derogatoria única.1.a) del Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, Ref. BOE-A-2023-7416.

Artículo 39. *Incentivos.*

De acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 6, de la Ley 29/2006, de 26 de julio, en el marco de la promoción de los productos sanitarios está prohibido otorgar, ofrecer o prometer primas, ventajas pecuniarias o ventajas en especie a los profesionales sanitarios que prescriben los productos, así como a sus parientes o personas con las que convivan.

Las personas relacionadas en el párrafo anterior no podrán solicitar o aceptar ninguno de los incentivos prohibidos.

Téngase en cuenta que este artículo se mantiene vigente hasta el desarrollo de su legislación específica, según establece la disposición derogatoria única.1.a) del Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, Ref. BOE-A-2023-7416.

Artículo 40. *Patrocinio de reuniones científicas.*

1. Las disposiciones del artículo anterior no supondrán un obstáculo para la hospitalidad ofrecida, directa o indirectamente, en el marco de manifestaciones de carácter exclusivamente profesional y científico. Dicha hospitalidad deberá ser siempre moderada en su nivel y subordinada al objetivo principal de la reunión, y no podrá ser extenderse a personas que no sean profesionales de la salud.

2. Los premios, becas, contribuciones y subvenciones a reuniones, congresos, viajes de estudio y actos similares donados por personas relacionadas con la fabricación, elaboración, distribución y venta de los productos, se aplicarán exclusivamente a actividades de índole científica cuando sus destinatarios sean facultativos en ejercicio clínico o las entidades en que se asocian.

En las publicaciones de trabajos y ponencias de reuniones, congresos y actos similares se harán constar los fondos obtenidos para su realización y fuente de financiación. La misma obligación alcanzará al medio de comunicación por cuya vía se hagan públicos y que obtenga fondos por o para su publicación.

Téngase en cuenta que este artículo se mantiene vigente hasta el desarrollo de su legislación específica, según establece la disposición derogatoria única.1.a) del Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, Ref. BOE-A-2023-7416.

[. . .]

Artículo 42. *Infracciones.*

(Derogado)

Artículo 43. *Sanciones.*

(Derogado)

[. . .]

§ 20

Real Decreto 192/2023, de 21 de marzo, por el que se regulan los productos sanitarios. [Inclusión parcial]

Ministerio de Sanidad
«BOE» núm. 69, de 22 de marzo de 2023
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2023-7416

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto regular los productos sanitarios de uso humano y sus accesorios, los productos sin finalidad médica, y en particular:

a) La autoridad competente y las garantías sanitarias.
b) Los procedimientos para el otorgamiento de las licencias previas de funcionamiento de instalaciones.
c) Los requisitos y las actuaciones de los organismos notificados.
d) El reprocesamiento de productos sanitarios de un solo uso.
e) La comercialización y puesta en servicio en España.
f) El comercio en el mercado de la Unión Europea y en el mercado exterior.
g) Las investigaciones clínicas.
h) El sistema de vigilancia.
i) La inspección y control del mercado y medidas de protección de la salud.

Artículo 2. *Definiciones.*

A los efectos de este real decreto, se aplicarán las definiciones recogidas en el artículo 2 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017, sobre los productos sanitarios, por el que se modifican la Directiva 2001/83/CE, el Reglamento (CE) n.º 178/2002 y el Reglamento (CE) n.º 1223/2009 y por el que se derogan las Directivas 90/385/CEE y 93/42/CEE del Consejo, y en los actos que se dicten para su ejecución.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. Este real decreto se aplicará a:

a) Los productos incluidos dentro del ámbito de aplicación del artículo 1 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.
A efectos del presente real decreto los productos sanitarios de uso humano y sus accesorios, así como los productos sin finalidad médica enumerados en el anexo XVI del

Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017, se denominarán en lo sucesivo «productos».

b) Los aparatos e instrumental utilizados en el maquillaje permanente, semipermanente o en el tatuaje de la piel mediante técnicas invasivas. Estos productos no podrán ostentar el marcado CE y deberán cumplir los requisitos generales de seguridad y funcionamiento que les sean de aplicación. Su fabricación, importación, distribución y venta quedarán sometidas a vigilancia por las autoridades sanitarias competentes, debiendo satisfacer los procedimientos señalados en los artículos 7, 24 y 25.

2. Cuando un producto destinado por su fabricante a ser utilizado como equipo de protección individual esté destinado también a ser utilizado como producto sanitario deberá cumplir, además de la normativa aplicable a los productos de protección individual, las disposiciones de este real decreto.

3. A los productos sanitarios cuya conformidad haya sido determinada de acuerdo con el Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017, no les resulta de aplicación el Real Decreto 186/2016, de 6 de mayo, por el que se regula la compatibilidad electromagnética de los equipos eléctricos y electrónicos.

4. La presente disposición no afectará a la aplicación del Real Decreto 601/2019, de 18 de octubre, sobre justificación y optimización del uso de las radiaciones ionizantes para la protección radiológica de las personas con ocasión de exposiciones médicas; ni del Real Decreto 1029/2022, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre protección de la salud contra riesgos derivados de la exposición a las radiaciones ionizantes; ni del Real Decreto 1836/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre instalaciones nucleares y radiactivas; así como tampoco a la del Real Decreto 1085/2009, de 3 de julio, por el que se aprueba el Reglamento sobre instalación y utilización de aparatos de rayos X con fines de diagnóstico médico.

5. Los productos que sean máquinas de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 1644/2008, de 10 de octubre, por el que se establecen las normas para la comercialización y puesta en servicio de las máquinas, deberán cumplir asimismo los requisitos esenciales de seguridad y de salud previstos en el mismo, siempre que tales requisitos esenciales de seguridad y de salud sean más específicos que los requisitos generales de seguridad y funcionamiento previstos en el anexo I del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

[. . .]

CAPÍTULO V

Comercialización y puesta en servicio

Artículo 18. *Registro de comercialización.*

1. Cualquier agente económico que comercialice productos en territorio español, que no sea productos a medida, debe estar incluido en el Registro de comercialización de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios. Este registro deberá realizarse previo a la actividad de comercialización a través de la vía habilitada para ello en la sede electrónica de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios.

2. Los agentes económicos deberán comunicar al Registro de comercialización los productos que vayan a comercializar. Esta comunicación incluirá:

a) Datos identificativos del agente económico que efectúa la comunicación.

b) Nombre comercial de cada uno de los productos que comercializa en España.

c) Identificador de producto (en adelante, UDI-DI).

d) Etiquetado e instrucciones de uso con los que se vaya a comercializar el producto en España.

e) Fecha en la que se inicia la comercialización en España.

f) Para fabricantes que reprocesen productos de un solo uso, una declaración de que la actividad de reprocesamiento se realiza dentro de la Unión Europea.

3. Cualquier modificación de los datos señalados en el apartado anterior del presente artículo será comunicada al registro, así como el cese de la comercialización.

4. Las oficinas de farmacia y cualquier otro punto de venta exclusiva al público quedan exceptuados del cumplimiento de los apartados 1 y 2.

5. Los agentes económicos, de forma anual, deberán actualizar su comunicación al Registro de comercialización indicando los productos que continúan comercializando.

La no actualización de la comunicación supondrá la baja de los productos y del agente económico del Registro de comercialización.

6. La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios mantendrá actualizado un registro con todas las comunicaciones a las que se refiere el apartado anterior.

[. . .]

Artículo 27. *Exhibiciones.*

En las ferias, exposiciones y demostraciones podrán presentarse productos que no cumplan las disposiciones de este real decreto, siempre que en un cartel suficientemente visible, colocado en los propios productos o junto a ellos, se indique claramente que dichos productos no pueden ponerse en el mercado ni ponerse en servicio hasta que se declare su conformidad. Tales demostraciones no podrán implicar la utilización de dichos productos en los pacientes y usuarios.

[. . .]

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

1. No obstante lo dispuesto en los apartados 3 y 4 del artículo 120, relativo al régimen jurídico transitorio de los productos y considerando la derogación de las Directivas 90/385/CEE y 93/42/CEE establecida en el artículo 122 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017, quedan derogados:

a) El Real Decreto 1591/2009, de 16 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios, con la excepción de:

1.º Los artículos 30, 31 y 32 y las obligaciones relativas a la vigilancia y las investigaciones clínicas previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo 123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

2.º Los apartados 5 y 6 del artículo 19, los artículos 22, 23, 24 y 25 y la notificación de certificados previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de los dieciocho meses después de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo 123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

3.º El articulo 33 relativo a las tarjetas de implantación mientras que los productos se sigan introduciendo en el mercado y comercializando de acuerdo a lo establecido en los apartados 3 y 4 del artículo 120 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

4.º El artículo 21 relativo al procedimiento del Organismo Notificado y los artículos 38, 39 y 40 relativos a la publicidad, promoción, incentivos y patrocinio de reuniones científicas que mantendrán su vigencia hasta el desarrollo de su legislación específica.

5.º La disposición adicional cuarta, relativa a la aplicación del capítulo VII del mencionado real decreto a los productos sanitarios para el diagnóstico *in vitro,* que mantendrán su vigencia hasta el desarrollo de su legislación específica.

b) el Real Decreto 1616/2009, de 26 de octubre, por el que se regulan los productos sanitarios implantables activos, con la excepción de:

1.º Los artículos 26, 27 y 28 y las obligaciones relativas a la vigilancia y las investigaciones clínicas previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo

123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

2.º Los apartados 5 y 6 del artículo 17, los artículos 19 y 20 y la notificación de certificados previstas en los correspondientes anexos, que quedan derogados con efectos a partir de los dieciocho meses después de la fecha posterior de las mencionadas en el apartado 3.d) del artículo 123, del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

3.º El articulo 29 relativo a las tarjetas de implantación mientras que los productos se sigan introduciendo en el mercado y comercializando de acuerdo a lo establecido en los apartados 3 y 4 del artículo 120 del Reglamento (UE) 2017/745 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de abril de 2017.

4.º El artículo 18 relativo al procedimiento del Organismo Notificado y los artículos 34, 35 y 36 relativos a la publicidad, promoción, incentivos y patrocinio de reuniones científicas, que mantendrán su vigencia hasta el desarrollo de su legislación específica.

2. Queda derogada la disposición adicional tercera del Real Decreto 1090/2015, de 4 de diciembre, por el que se regulan los ensayos clínicos con medicamentos, los Comités de Ética de la Investigación con medicamentos y el Registro Español de Estudios Clínicos.

3. Con carácter general quedan derogadas cuantas otras disposiciones de igual o inferior rango en lo que se opongan o contradigan lo establecido en esta norma.

[. . .]

§ 21

Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria

Ministerio de Sanidad y Consumo
«BOE» núm. 189, de 6 de agosto de 1996
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-1996-18085

La Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, ordena que las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, realicen «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 puede constituir un perjuicio para la misma» (artículo 27). Asimismo prevé la inspección y control de la promoción y publicidad de los centros y establecimientos sanitarios (artículo 30.1), la autorización previa de la publicidad de los medicamentos y productos sanitarios (artículo 102) y encomienda «a la Administración sanitaria del Estado valorar la seguridad, eficacia y eficiencia de las tecnologías relevantes para la salud y la asistencia sanitaria» (artículo 110).

La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, permite regular la publicidad de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas y concretamente «la forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios» (artículo 8).

La Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, declara expresamente prohibidos «los remedios secretos» y sanciona como falta muy grave su preparación (artículos 6.4 y 108.2 y 7).

Asimismo, la Ley del Medicamento considera actividades prohibidas la distribución y comercialización de productos o preparados que se presenten como medicamentos sin estar legalmente reconocidos (artículo 7).

La Ley 25/1994, de 12 de julio, sobre Ejercicio de la Actividades de Radiodifusión Televisiva, declara «ilícita, en todo caso, la publicidad por televisión que fomente comportamientos perjudiciales para la salud o la seguridad de las personas» (artículo 9.1) y además prohíbe «la publicidad de medicamentos y de tratamientos médicos que sólo pueden obtenerse por prescripción facultativa en el territorio nacional» (artículo 10.1 b).

Las normas especiales que regulan los ensayos clínicos y los productos en fase de investigación clínica, las drogas y productos estupefacientes o psicotrópicos, los medicamentos, especialidades farmacéuticas, fórmulas magistrales, preparados oficinales, productos para diagnóstico, cosméticos, productos sanitarios y de higiene personal y productos para regímenes dietéticos o especiales establecen las condiciones y las limitaciones o prohibiciones concretas de su publicidad, promoción, distribución y venta, que son generalmente cumplidas por los sectores profesionales médicos y farmacéuticos y por

los correspondientes laboratorios o entidades de producción, distribución, dispensación y venta y cuyo estricto cumplimiento se exige por las autoridades sanitarias.

Al margen de tales productos, aparecen en el mercado y son objeto de publicidad, propaganda y promoción comercial de su tráfico, uso o consumo una serie de productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, modificación del estado físico y psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas, etc., sin que se ajusten a las normas especiales anteriormente citadas, ni tampoco cumplan, en ocasiones, las exigencias de veracidad, claridad e información sobre su contenido, composición, naturaleza o efectos.

Este tipo de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria suponen en algunos casos un presunto fraude para los consumidores y usuarios, hecho al que se añade además la utilización de mensajes, imágenes o referencias con apariencia sanitaria, médica, farmacéutica, terapéutica o preventiva que no se corresponden con la realidad ni con una previa comprobación técnica o científica debidamente contrastada con arreglo a las normas especiales que han de aplicarse. Todo ello da lugar a una información defectuosa y a una publicidad abusiva e incluso a daños efectivos a las personas, en la medida en que su composición o utilización pueda resultar peligrosa o sustituyan de forma irresponsable las atenciones y cuidados que se requieren en cada caso.

Por todo ello y en el ámbito de las disposiciones legales anteriormente citadas, se adoptan por este Real Decreto medidas sanitarias básicas y generales para la protección y defensa de la salud, que comprenden un mayor rigor y exigencia del cumplimiento de la normativa especial sanitaria, el establecimiento de prohibiciones y limitaciones concretas de publicidad o promoción con finalidades presuntamente sanitarias y, en último término, la posibilidad de que las autoridades sanitarias intervengan para restablecer la correcta información sanitaria, para impedir las actividades de publicidad o promoción que constituyan riesgo para la salud y para promover las acciones de cesación o rectificación que resulten procedentes.

Lo establecido en este Real Decreto se entiende sin perjuicio de las competencias propias de las Comunidades Autónomas y de lo establecido en la normativa para la defensa de los consumidores y usuarios.

Las citadas medidas responden al Acuerdo del Pleno de Senado de 17 de noviembre de 1993 y han sido objeto de información, estudio y consideración por las asociaciones de consumidores y usuarios, las organizaciones profesionales sanitarias, las asociaciones de anunciantes y agencias de publicidad y las demás entidades y organismos interesados.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Sanidad y Consumo, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión celebrada el día 2 de agosto de 1996,

DISPONGO:

Artículo 1. *Control sanitario de la publicidad.*

1. Las Autoridades sanitarias y demás órganos competentes en cada caso, de acuerdo con el artículo 27 de la Ley General de Sanidad, las disposiciones especiales aplicables en cada caso y lo establecido en este Real Decreto, controlarán la publicidad y promoción comercial de los productos, materiales, sustancias, energías o métodos que se anuncian o presentan como útiles para el diagnóstico, prevención o tratamiento de enfermedades o desarrollos fisiológicos, adelgazamiento, modificación del estado físico o psicológico, restauración, corrección o modificación de funciones orgánicas u otras pretendidas finalidades sanitarias, 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.

2. Los Colegios Profesionales, en el ámbito de sus competencias, podrán participar y colaborar en el cumplimiento de lo establecido en este Real Decreto.

Artículo 2. *Prohibición de remedios secretos.*

1. De acuerdo con lo dispuesto en la Ley del Medicamento están prohibidos los remedios secretos, así como cualquier forma de publicidad, promoción o distribución de los mismos.
2. Cualquier producto, material, sustancia, energía o método que pretenda fines preventivos, diagnósticos o terapéuticos, así como su publicidad y promoción comercial, deberán cumplir los requisitos y estarán sujetos a las autorizaciones o controles establecidos en la Ley General de Sanidad, la Ley del Medicamento y disposiciones que las desarrollan.

Artículo 3. *Publicidad de medicamentos y productos sanitarios.*

1. La publicidad de las especialidades farmacéuticas y de los productos sanitarios se rigen por su normativa especial.
2. En todo caso, está prohibida la publicidad de fórmulas magistrales, preparados oficinales y productos en fase de investigación clínica.

Artículo 4. *Prohibiciones y limitaciones de la publicidad con pretendida finalidad sanitaria.*

Salvo lo establecido en el artículo 3.1 de este Real Decreto, queda prohibida cualquier clase de publicidad o promoción directa o indirecta, masiva o individualizada, de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria en los siguientes casos:

1. Que se destinen a la prevención, tratamiento o curación de enfermedades transmisibles, cáncer y otras enfermedades tumorales, insomnio, diabetes y otras enfermedades del metabolismo.
2. Que sugieran propiedades específicas adelgazantes o contra la obesidad.
3. Que pretendan una utilidad terapéutica para una o más enfermedades, sin ajustarse a los requisitos y exigencias previstos en la Ley del Medicamento y disposiciones que la desarrollan.
4. Que proporcionen seguridades de alivio o curación cierta.
5. Que utilicen como respaldo cualquier clase de autorizaciones, homologaciones o controles de autoridades sanitarias de cualquier país.
6. Que hagan referencia a su uso en centros sanitarios o a su distribución a través de oficinas de farmacia.
7. Que pretendan aportar testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo.
8. Que pretendan sustituir el régimen de alimentación o nutrición comunes, especialmente en los casos de maternidad, lactancia, infancia o tercera edad.
9. Que atribuyan a determinadas formas, presentaciones o marcas de productos alimenticios de consumo ordinario, concretas y específicas propiedades preventivas, terapéuticas o curativas.
10. Que atribuyan a los productos alimenticios, destinados a regímenes dietéticos o especiales, propiedades preventivas, curativas u otras distintas de las reconocidas a tales productos conforme a su normativa especial.
11. Que atribuyan a los productos cosméticos propiedades distintas de las reconocidas a tales productos conforme a su normativa especial.
12. Que sugieran o indiquen que su uso o consumo potencian el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.
13. Que utilicen el término «natural» como característica vinculada a pretendidos efectos preventivos o terapéuticos.
14. Que atribuyan carácter superfluo o pretenda sustituir la utilidad de los medicamentos o productos sanitarios legalmente reconocidos.
15. Que atribuyan carácter superfluo o pretendan sustituir la consulta o la intervención de los profesionales sanitarios.
16. Y, en general, que atribuyan efectos preventivos o terapéuticos específicos que no estén respaldados por suficientes pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración sanitaria del Estado.

Artículo 5. *Prohibiciones a los profesionales sanitarios.*

1. Queda expresamente prohibido a todos los profesionales sanitarios y a sus asociaciones o corporaciones amparar ningún tipo de promoción comercial o publicidad dirigida al público en que, con su nombre, profesión, especialidad, cargo o empleo, respalden utilidades preventivas, terapéuticas, de rehabilitación o cualquier otra pretendida finalidad sanitaria en los supuestos contemplados en los artículos 2 y 4 de este Real Decreto.

2. Queda igualmente prohibido amparar la promoción o publicidad a que se refiere el apartado anterior mediante actividades reales o supuestas de diagnóstico, pronóstico o prescripción a través de la televisión, la radio o cualesquiera otros medios de difusión o comunicación o por correspondencia.

3. Las mismas prohibiciones establecidas en este artículo alcanzan a cualquier persona o entidad que aparente un carácter sanitario, sin serlo.

Artículo 6. *Publicidad de los centros sanitarios.*

1. La publicidad y la información de los centros o establecimientos sanitarios y de los centros de belleza, adelgazamiento, tratamiento o desarrollo físico o estético, así como de los servicios y prestaciones que realizan deberá ajustarse al contenido de la autorización sanitaria de tales centros o establecimientos.

2. Cualquier otro tipo de publicidad de tales centros, servicios o establecimientos requerirá la autorización previa y expresa de las autoridades sanitarias.

Artículo 7. *Transparencia y veracidad de la información y publicidad sanitarias.*

1. Sin perjuicio de lo establecido en los artículos anteriores, toda información, publicidad o promoción comercial a que se refiere este Real Decreto deberá ajustarse a criterios de transparencia, exactitud y veracidad y evitará cualquier sesgo que pueda causar perjuicio a la salud o seguridad de las personas o a las legítimas expectativas de una información correcta y precisa en materia de salud y asistencia sanitaria.

2. Las agencias de publicidad, periódicos, revistas, emisoras de radio y televisión y cualquier otro medio de comunicación no admitirán publicidad que contravenga lo dispuesto en este Real Decreto.

3. Las autoridades sanitarias cuando consideren que determinada publicidad o promoción comercial no se ajusta a lo establecido en este Real Decreto, podrán formular, con carácter inmediato, la correspondiente advertencia a través de los medios de comunicación que la hayan facilitado, que la deberán difundir de forma gratuita, con objeto de mantener la correcta información sobre las autorizaciones, precauciones y controles sanitarios existentes en la materia de que se trate, y sin perjuicio de promover además las acciones de cesación y rectificación de la publicidad a que se refieren los artículos 25 y siguientes de la Ley General de Publicidad.

Artículo 8. *Infracciones, sanciones y suspensión sanitaria de actividades.*

1. Lo establecido en este Real Decreto se entiende sin perjuicio de la imposición de las sanciones que en su caso procedan y de las medidas preventivas o de la clausura, cierre o suspensión de establecimientos, instalaciones o servicios a que se refieran los artículos 26 y 37 de la Ley General de Sanidad.

2. Conforme a lo establecido en el artículo 35 B) 1.ª y 4.ª de la Ley General de Sanidad, tendrán la consideración de infracción grave el incumplimiento de los requisitos específicos que formulen las autoridades sanitarias a quienes incumplan las prohibiciones contenidas en los artículos 4, 5 y 6 de este Real Decreto.

3. Conforme a lo establecido en el artículo 35 C) 1.º tendrá la consideración de infracción muy grave cualquier forma de publicidad, promoción o distribución de los remedios secretos a que se refiere el artículo 2 de este Real Decreto.

Disposición adicional primera. *Información y educación sanitarias.*

Lo establecido en este Real Decreto no será obstáculo para las actuaciones de información o educación sanitarias realizadas, promovidas o autorizadas por las Administraciones públicas sanitarias, conforme a los artículos 6.2, 10.2, 18.1 y 30.1 de la Ley General de Sanidad, 84.5 de la Ley del Medicamento, y demás disposiciones concordantes.

Disposición adicional segunda. *Información a los interesados.*

1. Con objeto de facilitar la aplicación de lo dispuesto en este Real Decreto, siempre con carácter voluntario y a solicitud de los interesados, la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios expedirá las oportunas certificaciones en los términos previstos en el artículo 117 de la Ley del Medicamento, con indicación de las condiciones o requisitos a que se sujeta la publicidad y promoción comercial de los medicamentos y demás productos a que se refiere dicha Ley.

2. Igualmente, la Dirección General de Salud Pública emitirá certificación o informe respecto de los productos dietéticos o de régimen, alimentos y demás productos de uso o consumo humano, sujetos a reglamentaciones técnico-sanitarias, en el supuesto de que se pretendan anunciar con finalidad sanitaria.

3. En los demás casos, la Dirección General de Salud Pública, previos los informes de la Agencia de Evaluación de Tecnologías Sanitarias y los que en cada caso considere procedentes, podrá indicar si constan pruebas técnicas o científicas acreditadas y expresamente reconocidas por la Administración sanitaria del Estado, a efectos de lo establecido en el artículo 4.16, así como si la publicidad o promoción comercial propuesta se opone a lo establecido en este Real Decreto.

Disposición adicional tercera. *Normativa básica.*

1. Lo establecido en los artículos 1, 4, 5, 6, 7 y 8, y en la disposición adicional primera de este Real Decreto tienen la consideración de normativa básica sanitaria, conforme a lo señalado en el artículo 149.1.16.ª de la Constitución.

2. Lo establecido en los artículos 2 y 3 tiene la consideración de legislación sobre productos farmacéuticos, conforme lo señalado en el artículo 149.1.16.ª de la Constitución y en la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogados:

a) El Real Decreto 2827/1977, de 6 de octubre, sobre visado de la publicidad médico-sanitaria.

b) La Orden de 26 de septiembre de 1983, sobre autorización, control y registro sanitario de determinados preparados para mantener o mejorar el estado o apariencia de las personas, en cuanto se oponga a lo establecido en este Real Decreto.

c) Las demás normas de igual o inferior rango en cuanto se opongan a lo establecido en este Real Decreto.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 22

Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio, por el que se regula la publicidad de los medicamentos de uso humano

Ministerio de Sanidad y Consumo
«BOE» núm. 180, de 29 de julio de 1994
Última modificación: 23 de diciembre de 2015
Referencia: BOE-A-1994-17681

Uno de los objetivos que persigue la Ley 25 /1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, es la promoción del uso racional del medicamento, de forma que se garantice su uso seguro y eficaz para cada paciente. Al cumplimiento de este objetivo se orientan todas las disposiciones de la Ley, tanto en lo que se refiere a la evaluación previa a su autorización sanitaria como en todo lo relativo a su régimen de comercialización. Uno de estos aspectos son las garantías de información que se han de proporcionar a los profesionales sanitarios y al público. Dentro de estas garantías y sirviendo los objetivos generales de la Ley se incluye la publicidad. Estaumateria, de indudable interés sanitario, viene perfilada ya en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, y encuentra mayores determinaciones en la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento. La especificidad de la materia viene reconocida también por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en la que, además de definir los principios de la publicidad en general, se remite a la legislación especial que pueda regular, entre otras, la relacionada con la salud pública, particularmente la de medicamentos. Asimismo, el artículo 5.2, k), de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General de la Defensa de los Consumidores y Usuarios constituye un principio informador aplicable a la legislación de la publicidad sobre especialidades farmacéuticas.

Por otra parte, la Directiva del Consejo de las Comunidades Europeas 92/28/CEE, sobre publicidad de medicamentos de uso humano, que se incorpora al ordenamiento jurídico nacional mediante el presente Real Decreto, ha venido a definir los principios comunes de las legislaciones nacionales, estableciendo amplios márgenes de disponibilidad de los Estados miembros en diversas materias; entre ellas las relativas al control administrativo, admisión de modalidades de publicidad y distribución de muestras gratuitas.

Dentro del marco definido por la legislación, nacional y comunitaria, el presente Real Decreto, en cuya elaboración se ha recabado el parecer de los sectores afectados en un amplio trámite de audiencia, viene a establecer la nueva reglamentación, atendiendo a los fines y peculiaridades de la publicidad de medicamentos conforme a los graves intereses de salud pública que concurren en esta materia. En este sentido, sirve de base la separación de régimen establecida en la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que distingue entre la publicidad según se dirija a los profesionales sanitarios o al público. La Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, mantiene esta misma separación al dedicar su artículo 31 a la publicidad destinada al público, incluyendo, en cambio, la dirigida a los profesionales sanitarios dentro del artículo 86 sobre información y promoción dirigida a los

profesionales sanitarios, en la que se remite expresamente al apartado primero del artículo 102 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

De conformidad con la Ley el presente Real Decreto condiciona la publicidad destinada al público a las previsiones del artículo 31 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, y particularmente a su autorización previa.

La publicidad destinada a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos, en cambio, se somete a simple comunicación. Aunque el sistema de comunicación tiene carácter general admite excepciones que pueden establecerse en función de la naturaleza del medicamento, a causa de determinados hábitos de prescripción o consumo; en todos estos casos la autorización previa se justifica en la necesidad de promover y garantizar el uso racional del medicamento a causa del producto o de actividades publicitarias no conformes con los criterios legalmente establecidos.

La publicidad de los productos sanitarios se regirá por los principios generales establecidos en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y en el artículo 102 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, hasta que se aprueben las normas específicas que regulen su publicidad.

Finalmente, las denominadas especialidades farmacéuticas publicitarias tienen como características especiales el quedar excluidas de la financiación con cargo a fondos públicos, conforme establece el artículo 94.2 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, y estar excluidas del régimen de precios autorizados desde la publicación de la Orden de 25 de noviembre de 1981, previendo el artículo 100.4 de dicha Ley que el precio de las referidas especialidades pueda ser fijado libremente por los laboratorios al predominar las competencias por carecer este mercado de estructuras monopolísticas, todo ello sin perjuicio de las intervenciones administrativas que por razones económicas, sanitarias o sociales se consideren necesarias.

El presente Real Decreto se adopta en desarrollo de los artículos 2.1, 16.3, 22.4, 31, 86 y concordantes de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, y su contenido tiene la condición de legislación sobre productos farmacéuticos según el artículo 2.1 de la Ley citada.

En virtud de cuanto antecede, a propuesta de la Ministra de Sanidad y Consumo, previa aprobación del Ministro para las Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 24 de junio de 1994,

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Ámbito de aplicación.*

1. Las disposiciones de este Real Decreto, se aplicarán a la publicidad que se efectúe de las especialidades farmacéuticas y de otros medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.

2. Se entenderá por publicidad de medicamentos toda forma de oferta informativa, de prospección o de incitación destinada a promover la prescripción, la dispensación, la venta o el consumo de medicamentos.

3. La publicidad de medicamentos comprenderá en particular:

a) La publicidad de medicamentos destinada al público.

b) La publicidad de medicamentos destinada a personas facultadas para prescribirlos o dispensarlos.

c) La visita médica efectuada por los visitadores médicos o agentes informadores de los laboratorios a personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

d) El suministro de muestras gratuitas.

e) El patrocinio de reuniones promocionales a las que asistan personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

f) El patrocinio de congresos científicos en los que participen personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos y, en particular, el hecho de correr a cargo con los gastos de desplazamiento y estancia con motivo de dichos congresos.

g) La incitación a prescribir o dispensar medicamentos mediante concesión, oferta o promesa de ventajas, pecuniarias o en especie, excepto cuando su valor intrínseco resulte mínimo.

4. El presente Real Decreto no se aplica a:

a) El etiquetado y el prospecto de los medicamentos.
b) La correspondencia, acompañada, en su caso, de cualquier documento no publicitario, necesaria para responder a una pregunta concreta sobre un determinado medicamento.
c) Las informaciones concretas y los documentos de referencia relativos, por ejemplo, al cambio de envase, a las advertencias sobre efectos indeseables en el marco de la farmacovigilancia, a los catálogos de ventas y a las listas de precios, siempre que no figure ninguna información sobre el medicamento.
d) La información relativa a la salud humana o a enfermedades de las personas, siempre que no se haga referencia alguna, ni siquiera indirecta, a un medicamento.

Artículo 2. *Principios generales.*

1. Queda prohibida la publicidad de un medicamento que no haya obtenido la correspondiente autorización de comercialización.
2. Todos los elementos de la publicidad de un medicamento deberán ajustarse a las informaciones que figuren en la ficha técnica.
3. La publicidad de los medicamentos deberá favorecer en cualquier caso su utilización racional, presentándolo de forma objetiva y sin exagerar sus propiedades.
4. La publicidad no podrá ser engañosa, conforme establece el artículo 4 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

CAPITULO II

Publicidad destinada al público

Artículo 3. *Finalidad de la publicidad destinada al público.*

Se entenderá por publicidad destinada al público en general, aquélla dirigida con fines promocion les e in formativos que, promoviendo el uso adecuado del medicamento, haya sido debidamente autorizaPa, según lo previsto en el artículo 22 de este Real Decreto.

Artículo 4. *Medicamentos objeto de publicidad destinada al público.*

Podrán ser objeto de publicidad destinada al público los medicamentos que cumplan los requisitos establecidos en el apartado 1 del artículo 78 de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.

Artículo 5. *Requisitos generales.*

1. Toda publicidad destinada al público deberá:

a) Realizarse de manera tal que resulte evidente el carácter publicitario del mensaje y quede claramente especificado que el producto objeto de publicidad es un medicamento.
b) Contener los datos identificativos y recomendaciones ne se determinen por el Ministerio de Sanidad y Consumo para evitar su abuso y prevenir los riesgos derivados de la utilización normal de los mismos.
c) Incluir como mínimo:

1.º La denominación del medicamento, así como la Denominación Oficial Española o en su defecto la Denominación Común Internacional, o la denominación común usual o científica cuando el medicamento contenga un único principio activo.
2.º Las informaciones indispensables para promover su utilización racional.
3.º Una invitación expresa y claramente visible a leer detenidamente las instrucciones que figuran en el prospecto, o en su caso, en el embalaje exterior o en el acondicionamiento primario.

2. La publicidad de medicamentos destinada al público, podrá incluir solamente la denominación del mismo, cuando su único objetivo sea el de recordar dicha denominación, siempre que dicho medicamento sea lo suficientemente conocido por el público y haya permanecido en campañas promocionales, al menos, durante dos años.

3. En el mensaje publicitario aparecerá la mención: «en caso de duda consulte a su farmacéutico» o una expresión similar.

Artículo 6. *Prohibiciones.*

1. La publicidad de un medicamento destinado al público no podrá incluir ningún elemento que:

a) Atribuya a la consulta médica o a la intervención quirúrgica, un carácter superfluo, especialmente ofreciendo un diagnóstico o aconsejando un tratamiento por correspondencia.

b) Sugiera que su efecto está asegurado, que carece de efectos secundarios o que es superior o igual al de otro tratamiento u otro medicamento.

c) Sugiera que el usuario puede mejorar su salud mediante su empleo, o puede verse afectada en caso de su no utilización; esta última prohibición no se aplicará a las campañas de vacunación reguladas en el artículo 9 de este Real Decreto.

d) Sugiera o indique que su uso potencia el rendimiento deportivo.

e) Se dirija, exclusiva o principalmente, a niños.

f) Se refiera a una recomendación que hayan formulado científicos, profesionales de la salud u otras personas que puedan, debido a su notoriedad, incitar al consumo de medicamentos.

g) Equipare el medicamento a un producto alimenticio, un producto cosmético o cualquier otro producto de consumo.

h) Sugiera que la seguridad o la eficacia del medicamento se debe a que se trata de una sustancia natural.

i) Pueda inducir, mediante una descripción o representación detallada de la anamnesis, a un falso autodiagnóstico.

j) Se refiera de forma abusiva, alarmante o engañosa a testimonios de curación.

k) Utilice de forma abusiva, alarmante o engañosa, representaciones visuales de las alteraciones del cuerpo humano producidas por enfermedades o lesiones, o de la acción de un medicamento en el cuerpo humano o en partes del mismo.

l) Mencione que el medicamento ha recibido la autorización sanitaria o cualquier otra autorización.

2. Se prohíbe la mención en la publicidad destinada al público de las siguientes indicaciones terapéuticas:

a) Tuberculosis.

b) Enfermedades de transmisión sexual.

c) Otras enfermedades infecciosas graves.

d) Cáncer y otras enfermedades tumorales.

e) Insomnio crónico.

f) Diabetes y otras enfermedades del metabolismo.

Artículo 7. *Medicamentos excluidos de la publicidad.*

1. Quedan excluidos de la publicidad destinada al público los medicamentos:

a) Que sólo pueden dispensarse por prescripción facultativa.

b) Que contengan sustancias psicotrópicas o estupefacientes con arreglo a lo definido en los convenios internacionales.

2. Queda igualmente excluida la publicidad al público de los medicamentos que forman parte de la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud.

Artículo 8. *Distribución directa con fines publicitarios.*

Queda prohibida la distribución directa de los medicamentos al público con fines de promoción.

Artículo 9. *Campañas de vacunación.*

La autoridad sanitaria competente, conforme establece el artículo 31.7 de la Ley 25/1990, de 20 diciembre, del Medicamento, podrá autorizar a los laboratorios la realización de publicidad destinada al público en campañas de vacunación.

CAPITULO III

Publicidad dirigida a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos

Sección 1.ª Principios generales

Artículo 10. *Contenido mínimo.*

1. La publicidad destinada a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos habrá de proporcionar la información técnico-científica necesaria para que sus destinatarios puedan juzgar por sí mismos el valor terapéutico del medicamento, y como mínimo deberá incluir:

a) Las informaciones esenciales del producto según los datos contenidos en la ficha técnica, incluyendo al menos: nombre del medicamento, composición cualitativa y cuantitativa, datos clínicos completos, incompatibilidades, instrucciones de uso/ manipulación, nombre y dirección del titular de la autorización.
b) Su régimen de prescripción y dispensación.
c) Las diferentes presentaciones del producto, en su caso, y la dosificación y/o la forma farmacéutica.

2. Esta publicidad incluirá el precio de venta al público, las condiciones de la prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud, en su caso, y, cuando sea posible, la estimación del coste del tratamiento.

Artículo 11. *Publicidad de recuerdo.*

1. Lo dispuesto en el artículo anterior, no será de aplicación a la publicidad de un medicamento cuyo único objetivo sea recordar su denominación.
2. Será condición indispensable para esta publicidad de recuerdo que el producto lleve autorizado al menos dos años.
3. La publicidad a que se refiere el presente artículo deberá incluir el nombre comercial, seguido por la Denominación Oficial Española o en su defecto la Denominación Común Internacional o la denominación común usual o científica cuando el medicamento contenga un único principio activo.

Sección 2.ª Información técnica del medicamento

Artículo 12. *La visita médica.*

1. La visita médica es el medio de relación entre los laboratorios y las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos a efectos de la información y publicidad de los mismos, realizada por el visitador médico y basada en la transmisión de los conocimientos técnicos adecuados para la valoración objetiva de la utilidad terapéutica. En el ejercicio de sus funciones habrá de promover el uso adecuado de los medicamentos.
2. Los visitadores médicos deberán recibir la formación adecuada por el laboratorio a quien representen, y poseer los conocimientos científicos suficientes para proporcionar orientaciones precisas y lo más completas posible sobre los medicamentos que promocionen.
3. En cada visita los visitadores médicos proporcionarán a la persona visitada, o tendrán a su disposición, la ficha técnica autorizada de cada uno de los medicamentos que presenten, acompañando información sobre las diferentes formas farmacéuticas y dosis, su régimen de prescripción y dispensación, las informaciones sobre precio, condiciones de la

prestación farmacéutica del Sistema Nacional de Salud, en su caso, y, cuando sea posible, la estimación del coste del tratamiento.

4. Los visitadores médicos deberán notificar al servicio científico a que se refiere el artículo 20 todas las informaciones que reciban de los profesionales visitados relativas a la utilización de los medicamentos de cuya promoción se ocupen, indicando especialmente las reacciones adversas que las personas visitadas les comuniquen.

5. Los visitadores médicos no podrán ejercer como profesionales sanitarios en el ciclo de prescripción, dispensación o administración de medicamentos.

Sección 3.ª Publicidad documental

Artículo 13. *Control de la publicidad documental.*

1. La publicidad documental estará sometida al régimen de control establecido en el capítulo V.

2. A los efectos de lo previsto en la presente disposición, tendrá la consideración de publicidad documental aquélla que se practique a través de publicaciones tales como revistas, boletines, libros y similares, así como la incorporada a medios audiovisuales en soporte óptico, magnético o similar, dirigidas exclusivamente a personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

3. También tendrán este carácter los impresos que los laboratorios dirijan directamente o a través de la visita médica a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

Artículo 14. *Contenido mínimo.*

1. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 11, toda documentación publicitaria relativa a un medicamento que se difunda, en el marco de su promoción, a personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos, deberá incluir al menos las informaciones contempladas en el artículo 10 y precisar la fecha en la que dicha documentación se haya elaborado o revisado por última vez.

2. Todas las informaciones contenidas en la documentación contemplada en el apartado anterior, cuyas características tipográficas serán normalmente legibles, deberán ser exactas, comprobables y lo suficientemente completas y actualizadas como para permitir que el destinatario pueda juzgar por sí mismo el valor terapéutico del medicamento.

3. Las citas, cuadros y otras ilustraciones que se extraigan de revistas médicas o de obras científicas y que se utilicen en la documentación publicitaria deberán reproducirse fielmente, precisando con exactitud su fuente.

Artículo 15. *Soportes válidos.*

1. Los medios de información y promoción utilizados como soporte, ya sean escritos, audiovisuales o de otra naturaleza, tendrán carácter básicamente científico.

2. Para la inserción de cualquier mensaje publicitario en publicaciones o en medios audiovisuales científicos o profesionales, será preciso que dichos medios estén dirigidos y se distribuyan exclusivamente a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

3. Antes del comienzo de sus actividades, los responsables de las publicaciones científicas o profesionales y de los medios audiovisuales habrán de comunicar a la Comunidad Autónoma donde tenga su sede o realice la mayor parte de sus actividades:

a) La condición de las publicaciones o medios audiovisuales como soportes adecuados para admitir publicidad de medicamentos.

b) Declaración expresa de asumir la responsabilidad de garantizar que la difusión de tales medios se realizará exclusivamente a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.

c) Ambito de difusión del medio (nacional o autonómico).

4. Los titulares de los soportes publicitarios, sólo podrán admitir mensajes de publicidad de medicamentos que reúnan los requisitos establecidos en el presente Real Decreto.

Sección 4.ª Muestras gratuitas

Artículo 16. *Distribución de muestras gratuitas.*

1. La entrega de muestras gratuitas se realizará, con carácter excepcional y exclusivamente a las personas facultadas para prescribir medicamentos.

2. Unicamente podrán elaborarse y por consiguiente suministrarse muestras gratuitas de especialidades farmacéuticas y medicamentos fabricados industrialmente, que reúnan los siguientes requisitos:

a) Que su fórmula esté constituida por una sustancia o sustancias activas medicinales que, por ser novedad en el campo terapéutico, precise el previo conocimiento de las personas facultadas para prescribirlos.

b) Que, aun no tratándose de una sustancia medicinal de las referidas en el apartado anterior, su preparación o forma farmacéutica, dosis por unidad o concentración, forma de administración, sean nuevas o estén dirigidas a la administración por vía distinta de las utilizadas y suponga además, una ventaja terapéutica respecto de aquéllas.

c) Que, aun siendo conocidas farmacológica y terapéuticamente las sustancias medicinales, se hubieran descubierto acciones farmacológicas nuevas y por consiguiente tengan una nueva indicación terapéutica.

3. La entrega de muestras gratuitas se realizará de acuerdo con las siguientes condiciones:

a) Un máximo de 10 muestras de cada medicamento por año y persona facultada, y durante un tiempo máximo de dos años contados desde la fecha de autorización del medicamento.

b) Cada suministro de muestras deberá responder a una petición formulada por escrito, fechada y firmada, que proceda del destinatario.

c) Los laboratorios que suministren muestras deberán mantener un sistema adecuado de control.

d) Las muestras deberán ser idénticas a la presentación más pequeña del medicamento comercializado.

e) Cada muestra deberá llevar la mención «Muestra gratuita. Prohibida su venta», y suprimido o anulado el cupón-precinto del medicamento.

f) Cada entrega de muestras deberá acompañarse de un ejemplar de la ficha técnica, junto con la información actualizada del precio, condiciones de la oferta del Sistema Nacional de Salud, en su caso, y, cuando sea posible, la estimación del coste del tratamiento.

4. El solicitante o, en su caso, el titular de la autorización requerirá de la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios autorización para elaborar y suministrar muestras gratuitas.

5. No obstante lo establecido en el párrafo a), del apartado 3, al autorizarse un medicamento la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios podrá ampliar el número de muestras por año de aquellos medicamentos que su especial interés terapéutico lo aconseje.

6. No podrá suministrarse muestra alguna de medicamentos que contengan sustancias psicotrópicas o estupefacientes, con arreglo a lo definido en los convenios internacionales y aquellos medicamentos que puedan crear dependencia o generar problemas de salud pública en razón de su uso inadecuado, ni de aquellas otras especialidades farmacéuticas que determine el Ministerio de Sanidad y Consumo, conforme a lo previsto en el artículo 22.4 de la Ley del Medicamento.

Sección 5.ª Otros medios de publicidad

Artículo 17. *Incentivos.*

Queda prohibido otorgar, ofrecer o prometer a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos y en el marco de la promoción de los mismos frente a dichas personas, primas, ventajas pecuniarias o ventajas en especie, con excepción de aquellas

que tengan un valor insignificante y que sean irrelevante para la práctica de la medicina o la farmacia.

Artículo 18. *Patrocinio de reuniones científicas.*

1. Las disposiciones del artículo anterior no supondrán un obstáculo para la hospitalidad ofrecida, directa o indirectamente, en el marco de manifestaciones de carácter exclusivamente profesional y científico. Dicha hospitalidad deberá ser siempre moderada en su nivel y subordinada al objetivo principal de la reunión y no podrá ser extensible a personas que no sean profesionales de la salud.

2. Los premios, becas, contribuciones y subvenciones a reuniones, congresos, viajes de estudio y actos similares donados por personas relacionadas con la fabricación, elaboración, distribución y dispensación de medicamentos se aplicarán exclusivamente a actividades de índole científica cuando sus destinatarios sean facultativos en ejercicio clínico o las entidades en que se asocian.

En las publicaciones de trabajos y ponencias de reuniones, congresos y actos similares se harán constar los fondos obtenidos para su realización y fuente de financiación. La misma obligación alcanzará al medio de comunicación por cuya vía se hagan públicos y que obtenga fondos por o para su publicación.

Artículo 19. *Obligaciones de las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.*

Las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos no podrán solicitar o aceptar ninguno de los incentivos prohibidos en virtud del artículo 17 o que no se atengan a lo dispuesto en el artículo 18 del presente Real Decreto.

CAPÍTULO IV

Obligaciones del titular de la autorización sanitaria del medicamento en relación con la publicidad

Artículo 20. *Servicio científico.*

El titular de la autorización de un medicamento contará con un servicio científico dentro de su empresa encargado de la información relativa a los medicamentos que ponga en el mercado.

Artículo 21. *Obligaciones.*

Son obligaciones del laboratorio titular de la autorización de un medicamento:

a) Remitir a la autoridad sanitaria encargada del control de la publicidad un ejemplar de toda publicidad emitida por el laboratorio titular de la autorización junto con una ficha en la que se indiquen los destinatarios, el modo de difusión y la fecha de la primera difusión, conforme a lo establecido en los artículos 22 y 25 de la presente disposición.

Cuando se trate de mensajes publicitarios autorizados para su emisión por televisión, se remitirá la cinta de vídeo al tiempo de su emisión.

b) Remitir un índice anual a las autoridades a que se refiere el párrafo a) anterior de toda la actividad publicitaria realizada.

c) Asegurar que la publicidad farmacéutica que realice se ajusta a las estipulaciones de presente Real Decreto.

d) Verificar que sus visitadores médicos reciben la formación adecuada y cumplen con las obligaciones establecidas en el artículo 12 de este Real Decreto.

e) Llevar un registro adecuado de las solicitudes y suministros de muestras gratuitas.

f) Colaborar con las autoridades sanitarias proporcionando la información y asistencia que requieran en el ejercicio de sus responsabilidades.

g) Velar para que las decisiones adoptadas por las autoridades sanitarias se cumplan inmediatamente.

CAPÍTULO V

Control de la publicidad

Sección 1.ª Control de la publicidad dirigida al publico

Artículo 22. *Autorización de la publicidad destinada al público.*

1. La publicidad destinada al público requiere autorización previa por la autoridad sanitaria competente, de acuerdo con el apartado 7 del artículo 31 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.

2. La solicitud incluirá el nombre del laboratorio, medicamento objeto de la publicidad y medios de difusión que se pretenden emplear. A la solicitud deberá acompañar la siguiente documentación:

a) Prospecto autorizado del medicamento.

b) Copia de la documentación de la publicidad, con los textos, dibujos y demás elementos que la integren.

c) Informe del servicio científico a que se refiere el artículo 20, en el que se justifique la conformidad de los elementos publicitarios con lo establecido en este Real Decreto.

Si la solicitud no reúne los requisitos establecidos en el artículo 70 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en el presente artículo, se requerirá al interesado para que, en un plazo de diez días, subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su solicitud, archivándose sin más trámite.

3. Cuando la campaña publicitaria sea autorizada por una Comunidad Autónoma, conforme a lo establecido en el apartado 7 del artículo 31 de la Ley 25/1990 del Medicamento, se remitirá al Ministerio de Sanidad y Consumo copia de la autorización, acompañada de la documentación de la publicidad, con los textos, dibujos y demás elementos que la integran, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley del Medicamento.

4. La autoridad sanitaria competente deberá dictar resolución expresa en el plazo de dos meses, contados a partir de la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en cualquiera de los Registros del órgano administrativo competente. Transcurrido dicho plazo sin que haya recaído resolución expresa, se podrá entender que aquélla es estimatoria de la solicitud formulada.

Contra la resolución que dicte la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios, podrá interponerse recurso ordinario en el plazo de un mes, de conformidad con lo establecido en el artículo 114 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

5. Para la eficacia de las resoluciones presuntas a que se refiere el apartado anterior se requiere la emisión de la certificación prevista en el artículo 44 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

6. Sin perjuicio de las peculiaridades previstas en este Real Decreto, se aplicarán los preceptos de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y su normativa de desarrollo.

Artículo 23. *Medidas cautelares.*

Cuando la publicidad sobre medicamentos sea engañosa para el público, incumpla lo establecido en la Ley General de Sanidad, en la Ley del Medicamento, en este Real Decreto o constituya un riesgo para la salud o seguridad de las personas, la autoridad sanitaria competente para autorizar la publicidad de medicamentos podrá, mediante resolución motivada en el marco de los procedimientos que correspondan:

a) Solicitar de los anunciantes la cesación o rectificación de la publicidad sobre medicamentos. La resolución motivada sobre la procedencia de la rectificación podrá

hacerse pública en los términos previstos en el artículo 60 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

b) Iniciar y promover de oficio las acciones a que se refieren los artículos 25 y siguientes de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

c) Suspender con carácter inmediato dicha actividad publicitaria, cuando pueda suponer un riesgo inminente y extraordinario para la salud, conforme a lo previsto en los artículos 26 y 27 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, y artículo 106 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.

Contra las resoluciones de la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios podrá interponerse recurso ordinario en el plazo de un mes, conforme a lo establecido en el artículo 114 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 24. *Efectos de la autorización.*

La autorización de la publicidad dirigida al público se entiende limitada a un tiempo máximo de cinco años, excepto cuando se produzcan modificaciones de importancia en el estado de los conocimientos científicos y técnicos o en los hábitos de consumo de la población.

Sección 2.ª Control de la publicidad dirigida a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos

Artículo 25. *Comunicación de la publicidad destinada a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos.*

1. Con carácter general, de conformidad con lo establecido en el apartado primero del artículo 86 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, y del apartado primero del artículo 102 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, la publicidad documental a la que se refiere el artículo 13 del presente Real Decreto, destinada a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos, será comunicada a la correspondiente Comunidad Autónoma en el momento de su publicación o difusión.

2. La comunicación a que se refiere el apartado anterior, incluirá los siguientes datos y documentos: nombre del laboratorio; medicamento objeto de la publicidad y el medio de difusión en el que se insertará la publicidad; ficha técnica o en su defecto, prospecto autorizado; copia de la documentación de la publicidad, con los textos, dibujos y demás elementos que la integren; y el informe del servicio científico a que se refiere el artículo 20 de este Real Decreto.

Artículo 26. *Autorización previa de la publicidad destinada a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos en supuestos excepcionales.*

1. De conformidad con lo establecido en el artículo 102.1 de la Ley General de Sanidad, el Ministerio de Sanidad y Consumo, podrá acordar excepcionalmente el sometimiento a autorización previa la publicidad de un determinado medicamento dirigida a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos, mediante resolución motivada, que será de aplicación a todos los medicamentos de igual naturaleza, composición y finalidad, con independencia de la marca con que se comercialicen.

2. En los casos en que, conforme a lo previsto en este artículo, proceda la autorización previa se tramitará conforme al procedimiento previsto en el artículo 22 de el presente Real Decreto.

Artículo 27. *Medidas cautelares.*

La autoridad sanitaria competente, en el marco del correspondiente procedimiento, podrá suspender la publicidad cuando:

a) Se trate de medicamentos sometidos a autorización previa de la publicidad conforme a lo previsto en el artículo 26.

b) El contenido del mensaje publicitario sea contrario a las disposiciones que rigen la publicidad de los medicamentos.

c) En aquellos casos en que concurran los supuestos previstos en el artículo 106 de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento.

Sección 3.ª Inspección y sanciones

Artículo 28. *Cooperación entre las autoridades sanitarias.*

1. Las autoridades sanitarias competentes tienen la responsabilidad de velar por el cumplimiento de las disposiciones aplicables a la publicidad de medicamentos, promoviendo a través de sus actuaciones inspectoras el uso racional del medicamento.

2. Las autoridades sanitarias se auxiliarán mutuamente en el ejercicio de sus funciones inspectoras e informarán al Ministerio de Sanidad y Consumo de los resultados de las inspecciones para el adecuado ejercicio de las competencias que, en materia de productos farmacéuticos, se atribuyen a la Administración General del Estado.

Artículo 29. *Tipificación de faltas y sanciones.*

1. La contravención a lo previsto en este Real Decreto se sancionará de acuerdo con la tipificación de faltas y la cuantía de las sanciones previstas en el capítulo II del Título IX de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, y en el capítulo VI del Título I de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

2. La potestad sancionadora se ejercerá mediante el procedimiento establecido en el Reglamento aprobado por el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto.

Artículo 30. *Rectificación de la publicidad.*

Cuando concurran circunstancias de riesgo para la salud o seguridad de las personas, reincidencia en infracciones de naturaleza análoga o acreditada intencionalidad de las infracciones, las autoridades sanitarias competentes en la resolución de un procedimiento sancionador, conforme establece el artículo 28.1 de este Real Decreto, además de la imposición de las correspondientes sanciones, podrán acordar la publicación con cargo al sancionado, en los mismos medios en que se produjo la infracción:

a) De la resolución sancionadora.

b) De la publicidad correctora.

Artículo 31. *Comunicación de las resoluciones al Ministerio de Sanidad y Consumo.*

Las resoluciones adoptadas por las Comunidades Autónomas en los procedimientos sancionadores serán comunicadas al Ministerio de Sanidad y Consumo, cuando puedan afectar al conjunto del Estado o bien a otra Comunidad Autónoma.

Disposición adicional primera. *Carácter de legislación sobre productos farmacéuticos.*

El presente Real Decreto se adopta en desarrollo de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento y tiene carácter de legislación de productos farmacéuticos a los efectos previstos en el artículo 149.1.16 de la Constitución.

Disposición adicional segunda. *Especialidades farmacéuticas publicitarias.*

Las denominadas especialidades farmacéuticas publicitarias a que se refiere el artículo 31.5 y concordantes de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento:

a) Quedarán excluidas de la financiación con cargo a fondos públicos, conforme establece el artículo 94.2 de la citada Ley.

b) Tendrán el precio que libremente sea fijado por los laboratorios, conforme prevé el artículo 100.4 de dicha Ley.

Todo ello, sin perjuicio de las intervenciones administrativas que, por razones económicas, sanitarias o sociales, se consideren necesarias.

Disposición adicional tercera. *Publicidad de los productos sanitarios.*

La publicidad de los productos sanitarios se regirá por los principios generales establecidos en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y en el artículo 102 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, hasta que se aprueben las normas específicas que regulen su publicidad.

Disposición adicional cuarta. *Personas facultadas para indicar, usar y autorizar la dispensación de medicamentos.*

Las menciones y previsiones contenidas en este real decreto relativas a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos deben entenderse realizadas también a las personas facultadas para indicar, usar y autorizar la dispensación de medicamentos, conforme a lo establecido en el artículo 79 del 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, especialmente en lo relativo a la publicidad de medicamentos y a la visita médica.

Disposición transitoria primera. *Plazo de adaptación de las campañas publicitarias.*

En el plazo de seis meses a partir de la entrada en vigor del presente Real Decreto, los laboratorios y demás entidades relacionadas con la publicidad farmacéutica, habrán de adaptar sus campañas y actividades a lo establecido en la presente disposición. En el mismo plazo, las personas responsables de los medios de publicidad documental enviarán la comunicación a que se refiere el artículo 25 a las autoridades sanitarias correspondientes.

Disposición transitoria segunda. *Presentación de índices de actividad publicitaria.*

Los laboratorios titulares de las autorizaciones sanitarias deberán presentar sus índices anuales sobre la actividad publicitaria en el mes de diciembre del año siguiente a la entrada en vigor de este Real Decreto.

Disposición transitoria tercera. *Ajuste de la publicidad al prospecto autorizado.*

Para aquellos medicamentos en los que esté pendiente la elaboración y autorización de la ficha técnica, todos los elementos de la publicidad deberán ajustarse al prospecto autorizado.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogados: el Real Decreto 3451/1977, de 1 de diciembre, sobre promoción, información y publicidad de los medicamentos y especialidades farmacéuticas; la Orden de 30 de mayo de 1980, por la que se desarrolla el Real Decreto 3451/1977, de 1 de diciembre, sobre promoción, información y publicidad de los medicamentos y especialidades farmacéuticas, la Orden de 7 de enero de 1964, por la que se prohíbe la propaganda dirigida al público, de medicamentos destinados a combatir determinadas enfermedades y cuantas disposiciones, de igual o inferior rango contradigan lo establecido en la presente disposición.

Disposición final primera. *Facultad de aplicación y desarrollo.*

Se faculta a la Ministra de Sanidad y Consumo para adoptar las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo del presente Real Decreto.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 23

Real Decreto 318/2016, de 5 de agosto, por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
«BOE» núm. 206, de 26 de agosto de 2016
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2016-8044

El Real Decreto-ley 9/2014, de 4 de julio, por el que se establecen las normas de calidad y seguridad para la donación, la obtención, la evaluación, el procesamiento, la preservación, el almacenamiento y la distribución de células y tejidos humanos y se aprueban las normas de coordinación y funcionamiento para su uso en humanos, incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2004/23/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, relativa al establecimiento de normas de calidad y de seguridad para la donación, la obtención, la evaluación, el procesamiento, la preservación, el almacenamiento y la distribución de células y tejidos humanos, la Directiva 2006/17/CE de la Comisión, de 8 de febrero de 2006, por la que se aplica la Directiva 2004/23/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a determinados requisitos técnicos para la donación, la obtención y la evaluación de células y tejidos humanos, así como la Directiva 2006/86/CE de la Comisión, de 24 de octubre de 2006, por la que se aplica la Directiva 2004/23/CE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a los requisitos de trazabilidad, la notificación de las reacciones y los efectos adversos graves y determinados requisitos técnicos para la codificación, el procesamiento, la preservación, el almacenamiento y la distribución de células y tejidos humanos.

El artículo 4.1 del Real Decreto-ley 9/2014, de 4 de julio, establece que la promoción y publicidad de la donación u obtención de tejidos y células humanos se realizará siempre de forma general, sin buscar un beneficio para personas concretas, y señalándose su carácter voluntario, altruista y desinteresado. A estos efectos, el citado artículo 4.1 señala que las entidades que pretendan desarrollar cualquier actividad de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos deberán, previamente, solicitar autorización de la autoridad competente de la comunidad autónoma donde se pretenda desarrollar la actividad o de la Organización Nacional de Trasplantes cuando las actividades pretendidas superen el ámbito de una comunidad autónoma, remitiendo para ello a un procedimiento administrativo que, en todo caso, deberá ajustarse a lo establecido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Este real decreto tiene por objeto regular el procedimiento administrativo al que ha de someterse la Organización Nacional de Trasplantes al efecto de resolver las solicitudes de autorización para desarrollar las actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos que superen el ámbito de una comunidad autónoma.

De este modo, se regulan los aspectos relativos a la iniciación, instrucción y finalización de dicho procedimiento y, en concreto, los aspectos relativos a la cumplimentación y presentación de la solicitud, los documentos a adjuntar a la misma y los requisitos necesarios para obtener la autorización. Asimismo, se dispone que, conforme establece el artículo 43 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, el vencimiento del plazo máximo sin haberse notificado resolución expresa legitima al interesado para entender estimada su solicitud.

En ningún caso, la autorización a la que se refiere este real decreto podrá amparar actividades de extracción, procesamiento, almacenamiento, distribución o implante de células y tejidos humanos, las cuales requieren, conforme a lo establecido en el Real Decreto-ley 9/2014, de 4 de julio, la autorización específica por parte de la autoridad competente de la comunidad autónoma donde se vayan a realizar dichas actividades.

En cuanto al fundamento legal de la presente norma, esta se dicta con base en la habilitación normativa contenida en la disposición final tercera del Real Decreto-ley 9/2014, de 4 de julio, y permite salvar la insuficiencia de rango de la que, según la sentencia de la Audiencia Nacional de 6 de mayo de 2015, adolecía la Orden SSI/2512/2013, de 18 de diciembre, por la que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

En el proceso de elaboración de este real decreto se ha consultado, entre otros, a las comunidades autónomas y ciudades de Ceuta y Melilla, y han sido oídas las entidades relacionadas con los procesos de donación y trasplante de órganos, tejidos y células.

Asimismo, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 67.2 y 71 de la Ley 16/2003, de 28 de mayo, de cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud, este real decreto ha sido objeto de informe por parte del Comité Consultivo y del Pleno del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, así como de la Agencia Española de Protección de Datos en virtud de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y en el Estatuto de la citada Agencia, aprobado por Real Decreto 428/1993, de 26 de marzo.

La norma se dicta al amparo del artículo 149.1.16.ª de la Constitución que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre bases y coordinación general de la sanidad.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, con la aprobación previa del Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 5 de agosto de 2016,

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto.*

El presente real decreto tiene por objeto regular el procedimiento por el cual la Organización Nacional de Trasplantes autoriza las actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos cuando estas actividades superen el ámbito de una comunidad autónoma.

En ningún caso, la autorización a la que se refiere este real decreto podrá amparar actividades de extracción, procesamiento, almacenamiento, distribución o implante de células y tejidos humanos, las cuales requieren, conforme a lo establecido en el Real Decreto-ley 9/2014, de 4 de julio, por el que se establecen las normas de calidad y seguridad para la donación, la obtención, la evaluación, el procesamiento, la preservación, el almacenamiento y la distribución de células y tejidos humanos y se aprueban las normas de coordinación y funcionamiento para su uso en humanos, la autorización específica por parte de la autoridad competente de la comunidad autónoma donde se vayan a realizar dichas actividades.

Artículo 2. *Cumplimentación y presentación de la solicitud.*

Las solicitudes de autorización, firmadas por los representantes legales de las entidades y dirigidas al Director de la Organización Nacional de Trasplantes, se presentarán, conforme a los modelos normalizados que figuran en los cinco anexos del presente real decreto, en

cualquiera de los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. A dichos modelos normalizados de solicitud se podrá, asimismo, acceder a través del apartado Oficina Virtual de la Web de la Organización Nacional de Trasplantes (www.ont.es). Las solicitudes podrán también presentarse por vía electrónica a través del citado apartado.

Artículo 3. *Documentos a adjuntar a la solicitud.*

1. Las asociaciones de pacientes o entidades para el fomento y promoción de la donación de células y tejidos humanos deberán presentar junto con su solicitud de autorización la siguiente documentación:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación.
b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.
c) Memoria descriptiva de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.
d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

2. Los bancos de sangre de cordón umbilical para uso autólogo o familiar, las empresas intermediarias de estos bancos o las entidades aseguradoras que trabajen con estos bancos o con las empresas intermediarias deberán presentar junto con su solicitud de autorización la siguiente documentación:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad mercantil, banco de sangre de cordón umbilical u otra personificación jurídica depositaria de las unidades de sangre del cordón umbilical.
b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.
c) Acreditación fehaciente de la representación legal que ostenta la empresa intermediaria, en el caso de que el banco de sangre de cordón umbilical actúe a través de la misma.
d) Copia compulsada del convenio suscrito con los centros de obtención de sangre de cordón umbilical así como de la autorización de dichos centros para la realización de la citada actividad.
e) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

3. Las entidades para la captación de donantes de progenitores hematopoyéticos de médula ósea o de sangre periférica deberán presentar junto con su solicitud de autorización la siguiente documentación:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación, centro de captación de donantes u otra personificación jurídica para la realización de las actividades señaladas.
b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.
c) Memoria descriptiva de la sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.
d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

4. Los centros o entidades de promoción de la donación de gametos deberán presentar junto con su solicitud de autorización la siguiente documentación:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación, centro de captación de donantes u otra personificación jurídica para la realización de las actividades señaladas.
b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.
c) Copia compulsada del convenio suscrito con los centros de obtención de gametos, en caso de que no sea el propio centro de obtención el que realiza la promoción, así como de la autorización de dichos centros para la realización de la citada actividad.
d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a esta memoria descriptiva.

5. En aquellos supuestos que no se encuentren comprendidos en los apartados anteriores, los interesados deberán presentar con su solicitud de autorización la siguiente documentación:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación.
b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.
c) Memoria descriptiva de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.
d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

6. En el supuesto de que se introduzcan modificaciones no sustanciales en los soportes documentales o audiovisuales con posterioridad al otorgamiento de la autorización, dichas modificaciones deberán ser comunicadas, en el plazo de siete días naturales desde que se introduzca la modificación, a la autoridad administrativa que otorgó la autorización.

Artículo 4. *Requisitos para obtener la autorización.*

1. A efectos del otorgamiento de la autorización solicitada, la Organización Nacional de Trasplantes tomará en consideración lo siguiente:

a) En el caso de las campañas de donación y/o de captación de donantes:

1.º Las campañas en favor de la donación se ajustarán a los principios de voluntariedad, altruismo y desinterés, debiendo advertir que ni el donante, ni ninguna otra persona física o jurídica, puede solicitar, ni percibir, contraprestación económica o remuneración alguna vinculada al objeto de este apartado.
2.º La promoción y publicidad de la donación u obtención de tejidos se realizará en todo caso de forma general, sin buscar beneficio para personas concretas, debiendo evitar los llamamientos colectivos para la donación en favor de un paciente concreto.
3.º Los contenidos de la publicidad e información a los ciudadanos en general y a los donantes en particular no serán falsos ni engañosos y se basarán en evidencias científicas.

b) En el caso de que la promoción o publicidad incluya la toma de muestras para tipaje o análisis, el solicitante presentará declaración responsable manifestando bajo su responsabilidad que dicha actividad se realizará cumpliendo en todo momento con los requisitos establecidos por la normativa vigente, señaladamente por lo dispuesto en la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, así como por el Real Decreto 65/2006, de 30 de enero, por el que se establecen requisitos para la importación y exportación de muestras biológicas.

c) En el caso de la donación de gametos:

1.º Se acreditará que cualquier actividad de publicidad o promoción por parte de centros autorizados que incentiven la donación de células y tejidos humanos deberá respetar el carácter altruista de aquélla, no pudiendo, en ningún caso, alentar la donación mediante la oferta de compensaciones o beneficios económicos.

2.º En el proceso de promoción y publicidad se especificará que la donación será anónima y que deberá garantizarse la confidencialidad de los datos de identidad de los donantes por los bancos de gametos, así como, en su caso, por los registros de donantes y de actividad de los centros que se constituyan.

2. La inobservancia de la normativa vigente, la consignación de datos no ajustados a la realidad así como la inadecuación de las actuaciones previstas a los objetivos de planificación estratégica de las comunidades autónomas y del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, tanto en la solicitud como en la documentación aportada, conllevará la denegación de la autorización.

Artículo 5. *Instrucción y resolución del procedimiento.*

1. La Organización Nacional de Trasplantes examinará, de acuerdo con lo establecido en el artículo 4, el contenido de la solicitud de autorización presentada. Si la solicitud no reuniera los requisitos necesarios se requerirá al interesado para que, en el plazo de diez días contados a partir del siguiente al de la notificación y conforme a lo dispuesto por el artículo 71 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, subsane las faltas o acompañe los documentos preceptivos, con la indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución dictada según lo establecido en el artículo 42 de la citada ley.

2. Una vez aplicados a la solicitud correspondiente los criterios a los que se refiere el artículo 4, la Organización Nacional de Trasplantes elaborará la correspondiente propuesta de resolución que, en caso de ser favorable al otorgamiento de la autorización, deberá especificar el período de tiempo al que se circunscribe la misma. La propuesta de resolución se someterá a audiencia de los interesados, quienes, en un plazo de quince días, podrán alegar y presentar los documentos y justificaciones que estimen pertinentes.

3. Finalizado el trámite de audiencia, la Organización Nacional de Trasplantes enviará copia de la propuesta de resolución a la Secretaría de la Comisión de Trasplantes del Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud, a efectos de que por el citado órgano colegiado se emita informe previo a la adopción de la resolución correspondiente.

4. El Director de la Organización Nacional de Trasplantes dictará resolución que será motivada en los casos previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre. La resolución deberá dictarse y notificarse al interesado en el plazo máximo de tres meses a contar desde la fecha de presentación de la solicitud en el Registro, sin perjuicio de la posibilidad de suspender el cómputo de plazo por las circunstancias establecidas en el apartado 5 del artículo 42 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y de la ampliación del plazo máximo prevista en el apartado 6 del mismo precepto.

5. Conforme establece el artículo 43 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, el vencimiento del plazo máximo sin haberse notificado resolución expresa legitima al interesado para entender estimada su solicitud. En consecuencia, el interesado podrá hacer valer, desde la fecha de vencimiento de ese plazo máximo, la estimación producida por silencio administrativo.

6. La resolución del Director de la Organización Nacional de Trasplantes pone fin a la vía administrativa, de acuerdo con lo establecido en el artículo 9.3 del Estatuto de la Organización Nacional de Trasplantes, aprobado por Real Decreto 1825/2009, de 27 de noviembre. En consecuencia, dicha resolución, conforme a lo establecido por los artículos 116 y 117 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, podrá ser impugnada directamente ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo, o recurrida potestativamente en reposición ante el mismo órgano que la dictó.

7. Las resoluciones dictadas por el Director de la Organización Nacional de Trasplantes conforme a lo previsto en este real decreto serán comunicadas a las comunidades autónomas afectadas.

Artículo 6. *Revocación de la autorización.*

La inobservancia en las actuaciones de la entidad autorizada de lo preceptuado por la normativa vigente de aplicación, así como de lo manifestado en la solicitud correspondiente, dará lugar a la revocación de la autorización otorgada. A tales efectos, la Organización Nacional de Trasplantes procederá de oficio conforme al procedimiento establecido en el artículo anterior.

Disposición adicional única. *No incremento de gasto público.*

Las previsiones contenidas en este real decreto no supondrán incremento de gasto público y se llevarán a cabo con los medios materiales, técnicos y personales disponibles sin que ello implique modificación o aumento de dotaciones y retribuciones.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en el presente real decreto.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.16.ª de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia exclusiva sobre bases y coordinación general de la sanidad.

Disposición final segunda. *Referencias a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.*

Las referencias contenidas en este real decreto a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, se entenderán hechas a la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas en el momento de su entrada en vigor.

Disposición final tercera. *Facultad de desarrollo y ejecución.*

Se faculta a la persona titular del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución de este real decreto, así como para adaptar los anexos a la normativa comunitaria o a los avances que se produzcan en sistemas de tecnología de la información.

Disposición final cuarta. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO I

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN APOYO DE LA DONACIÓN DE CÉLULAS Y TEJIDOS HUMANOS

ASOCIACIONES DE PACIENTES O ENTIDADES PARA EL FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN DE CELULAS Y TEJIDOS HUMANOS

Don/Doña ……
Con documento nacional de identidad número/NIE o número de pasaporte……
Nacionalidad……
Domiciliado en:……, Provincia:……
Calle:……, número:……
Distrito postal:……

Como representante legal de:(Entidad)……
Localidad:……provincia:……
Comunidad Autónoma:……
con número de identificación fiscal:…… Teléfono:……, domiciliada en:.C/ ……, distrito postal:……
Dependencia Patrimonial:……

De acuerdo con el Real Decreto…….. de…….... (B.O.E. de……), por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

SOLICITA:

Autorización para el desarrollo de actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos en el ámbito de las comunidades autónomas de…… ……, conforme a lo que se acredita, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 1 del Real Decreto…..…. de…….. (B.O.E. nº…. de……), en la siguiente documentación adjunta:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación.

b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.

c) Memoria descriptiva de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.

d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

……, a……de……de……

(Firma y sello)

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES (C/ Sinesio Delgado 8, Pabellón 3, 28029 Madrid)

ANEXO II

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN APOYO DE LA DONACIÓN DE CÉLULAS Y TEJIDOS HUMANOS

BANCOS DE SANGRE DE CORDÓN UMBILICAL PARA USO AUTÓLOGO O FAMILIAR O EMPRESAS INTERMEDIARIAS DE ESTOS BANCOS O ENTIDADES ASEGURADORAS QUE TRABAJEN CON ESTOS BANCOS O CON EMPRESAS INTERMEDIARIAS

Don/Doña ……
Con documento nacional de identidad número/NIE o número de pasaporte……
Nacionalidad……
Domiciliado en:……, Provincia:……
Calle:……, número:……
Distrito postal:……

Como representante legal de:(Entidad)……
Localidad:……provincia:……
Comunidad Autónoma:……
con número de identificación fiscal:…… Teléfono:……, domiciliada en:.C/ ……, distrito postal:……
Dependencia Patrimonial:……

De acuerdo con el Real Decreto…….. de…….... (B.O.E. de……), por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

SOLICITA:

Autorización para el desarrollo de actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos en el ámbito de las comunidades autónomas de…… ……, conforme a lo que se acredita, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 2 del Real Decreto…… *de*……..(B.O.E. nº……..de……..), en la siguiente documentación adjunta:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad mercantil, banco de sangre de cordón umbilical u otra personificación jurídica depositaria de las unidades de sangre del cordón umbilical.

b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.

c) Acreditación fehaciente de la representación legal que ostenta la empresa intermediaria, en el caso de que el banco de sangre de cordón umbilical actúe a través de la misma.

d) Copia compulsada del convenio suscrito con los centros de obtención de sangre de cordón umbilical así como de la autorización de dichos centros para la realización de la citada actividad.

e) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

……, a……de……de……

(Firma y sello)

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES (C/ Sinesio Delgado 8, Pabellón 3, 28029 Madrid)

ANEXO III

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN APOYO DE LA DONACIÓN DE CÉLULAS Y TEJIDOS HUMANOS

ENTIDADES PARA LA CAPTACIÓN DE DONANTES DE PROGENITORES HEMATOPOYÉTICOS DE MÉDULA ÓSEA O DE SANGRE PERIFÉRICA

Don/Doña ……
Con documento nacional de identidad número/NIE o número de pasaporte……
Nacionalidad……
Domiciliado en:……, Provincia:……
Calle:……, número:……
Distrito postal:……

Como representante legal de:(Entidad)……
Localidad:……provincia:……
Comunidad Autónoma:……
con número de identificación fiscal:…… Teléfono:……, domiciliada en:.C/ ……, distrito postal:……
Dependencia Patrimonial:……

De acuerdo con el Real Decreto…….. de…….... (B.O.E. de……), por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

SOLICITA:

Autorización para el desarrollo de actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos en el ámbito de las comunidades autónomas de…… ……, conforme a lo que se acredita, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 3 del Real Decreto…… *de*…… (B.O.E. nº…….. de……..), en la siguiente documentación adjunta:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación, centro de captación de donantes u otra personificación jurídica para la realización de las actividades señaladas.

b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.

c) Memoria descriptiva de la sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.

d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

……, a……de……de……

(Firma y sello)

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES (C/ Sinesio Delgado 8, Pabellón 3, 28029 Madrid)

ANEXO IV

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN APOYO DE LA DONACIÓN DE CÉLULAS Y TEJIDOS HUMANOS

CENTROS O ENTIDADES DE PROMOCIÓN DE DONACION DE GAMETOS

Don/Doña ……..……..……..……..……
Con documento nacional de identidad número/NIE o número de pasaporte……..……..……..……
Nacionalidad……..……..……..……..……
Domiciliado en:……..……..……..., Provincia:……..……..……...
Calle:……..……..……..……., número:……..……..
Distrito postal:……..……

Como representante legal de:(Entidad)……..……..……..……..……
Localidad:……..……provincia:……..……
Comunidad Autónoma:……..……..……..……
con número de identificación fiscal:……..……..……..……. Teléfono:……..……..……, domiciliada
en:.C/ ……..……..……..……., distrito postal:……..……
Dependencia Patrimonial:…….....……

De acuerdo con el Real Decreto…….. de……... (B.O.E. de……), por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

SOLICITA:

Autorización para el desarrollo de actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos en el ámbito de las comunidades autónomas de……..……
……., conforme a lo que se acredita, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 4 del Real Decreto…….. *de*…… (B.O.E. nº…….. de……..), en la siguiente documentación adjunta:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación, centro de captación de donantes u otra personificación jurídica para la realización de las actividades señaladas.

b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.

c) Copia compulsada del convenio suscrito con los centros de obtención de gametos, en caso de que no sea el propio centro de obtención el que realiza la promoción, así como de la autorización de dichos centros para la realización de la citada actividad.

d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a esta memoria descriptiva.

……..……., a……..…de……..……..de……..….
(Firma y sello)

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES (C/ Sinesio Delgado 8, Pabellón 3, 28029 Madrid)

ANEXO V

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN APOYO DE LA DONACIÓN DE CÉLULAS Y TEJIDOS HUMANOS

CUALQUIER CASO NO CONTEMPLADO EN ANTERIORES ANEXOS

Don/Doña ……
Con documento nacional de identidad número/NIE o número de pasaporte……
Nacionalidad……
Domiciliado en:……, Provincia:……
Calle:……, número:……
Distrito postal:……

Como representante legal de:(Entidad)……
Localidad:……provincia:……
Comunidad Autónoma:……
con número de identificación fiscal:…… Teléfono:……, domiciliada en:.C/ ……, distrito postal:……
Dependencia Patrimonial:……

De acuerdo con el Real Decreto…….. de…….... (B.O.E. de……), por el que se regula el procedimiento de autorización para la realización de actividades de promoción y publicidad de la donación de células y tejidos humanos.

SOLICITA:

Autorización para el desarrollo de actividades de promoción y publicidad en apoyo de la donación de células y tejidos humanos en el ámbito de las comunidades autónomas de……
……, conforme a lo que se acredita, de acuerdo con lo establecido en el artículo 3, apartado 5 del Real Decreto…….. *de*…… (B.O.E. nº…….. de……..), en la siguiente documentación adjunta:

a) Copia de los estatutos y documentos corporativos de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad con fines de fomento y promoción de la donación.

b) Copia simple del certificado de inscripción en el Registro correspondiente.

c) Memoria descriptiva de la asociación de pacientes, sociedad, fundación o entidad en la que se recojan su misión y objetivos.

d) Memoria descriptiva de la actividad para la que se solicita autorización, identificando los objetivos, fechas de realización, comunidades autónomas donde se va a llevar a cabo, así como los recursos financieros afectados al desarrollo de la actividad. En el caso de que se vaya a utilizar algún tipo de soporte documental o audiovisual, dicho soporte se adjuntará a la memoria descriptiva.

……, a……de……de……

(Firma y sello)

ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES (C/ Sinesio Delgado 8, Pabellón 3, 28029 Madrid)

§ 24

Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. [Inclusión parcial]

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 185, de 3 de agosto de 2013
Última modificación: 15 de diciembre de 2021
Referencia: BOE-A-2013-8554

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Esta Ley tiene por objeto establecer medidas de mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria para la consecución de los fines establecidos en el artículo 3.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente ley es de aplicación a las relaciones comerciales que se produzcan entre los operadores establecidos en España que intervienen en la cadena alimentaria desde la producción a la distribución de productos agrícolas o alimentarios.

También será de aplicación esta ley a las relaciones comerciales entre cualquiera de los operadores que intervienen en la cadena alimentaria cuando uno esté establecido en España y el otro en un Estado miembro, cuando no resulte de aplicación la legislación de otro Estado miembro.

Cuando uno de los operadores esté establecido en España y el otro no, deberá indicarse expresamente en el contrato a qué legislación se sujeta la relación comercial.

Con independencia de la legislación que resulte aplicable, cuando una de las partes esté establecida en España, y la otra en un Estado no miembro de la Unión, resultarán siempre de aplicación las prohibiciones contenidas en esta ley y el correspondiente régimen sancionador establecido para éstas en el título V.

2. A los efectos de esta ley, y sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 8.1 de la misma, no tendrán la consideración de relaciones comerciales y, por tanto, quedan excluidas de su ámbito de aplicación, las entregas de producto que se realicen a cooperativas y otras entidades asociativas, por parte de los socios de las mismas, siempre que, en virtud de sus estatutos, vengan obligados a su realización.

3. Serán también relaciones comerciales, además de las previstas en el apartado anterior, las que se realicen entre operadores de la cadena alimentaria en los procesos de envasado, transformación o acopio para su posterior comercialización y, en todo caso, las compras de animales vivos, los piensos y todas las materias primas e ingredientes utilizados para alimentación animal.

4. El ámbito de aplicación del capítulo I del título II de esta ley se circunscribe a las relaciones comerciales de los operadores que realicen transacciones comerciales cuyo precio sea superior al importe fijado en el primer párrafo del artículo 7.1 de la Ley 7/2012, de 29 de octubre, de modificación de la normativa tributaria y presupuestaria y de adecuación de la normativa financiera para la intensificación de las actuaciones en la prevención y lucha contra el fraude.

5. La obligación de contar con un contrato formalizado por escrito, en el caso de las operaciones de primera venta de productos del sector pesquero y acuícola realizada en lonjas o establecimientos autorizados mediante subasta a la baja, se entenderá cumplida con la obligación de las partes de documentar dichas relaciones comerciales mediante la expedición de la correspondiente factura con los requisitos establecidos en el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, y cumplimentar la restante documentación prevista en la normativa europea y en el Real Decreto 418/2015, de 29 de mayo, por el que se regula la primera venta de los productos pesqueros.

[. . .]

Artículo 5. *Definiciones.*

A los efectos de esta Ley, se establecen las siguientes definiciones:

a) Cadena alimentaria: Conjunto de actividades que llevan a cabo los distintos operadores que intervienen en la producción, transformación y distribución de productos agrícolas y alimentarios, excluyendo las actividades de transporte, y las empresas de hostelería y restauración con un volumen de facturación inferior a diez millones de euros, excluyéndose también las empresas en las actividades de servicios de alojamiento con un volumen de facturación inferior a 50 millones de euros.

b) Sector alimentario: El conjunto de los sectores productivos agrícola, ganadero, forestal y pesquero, así como los de transformación y distribución de sus productos.

c) Operador: La persona física o jurídica del sector alimentario, incluyendo una agrupación, central o empresa conjunta de compra o de venta, que realiza alguna actividad económica en el ámbito de la cadena alimentaria. Los consumidores finales no tendrán la condición de operadores de la cadena alimentaria.

d) Productor primario: Persona física o jurídica cuya actividad la ejerce en la producción agrícola, ganadera, forestal o en la pesca.

e) Productos agrícolas y alimentarios: Los productos enumerados en el anexo I del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, así como cualquier otra sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos o con probabilidad de serlo, tanto si han sido transformados, entera y parcialmente, como si no. Incluye las bebidas, la goma de mascar y cualquier sustancia, incluida el agua, incorporada voluntariamente al alimento durante su fabricación, preparación o tratamiento.

f) Contrato alimentario: Aquel en el que una de las partes se obliga frente a la otra a la venta de productos agrícolas o alimentarios, y esta se obliga por un precio cierto, bien se trate de una compraventa o de un suministro de forma continuada. Se exceptúan aquellos que tengan lugar con consumidores finales.

g) Contrato de integración: Es aquella modalidad de contrato alimentario en el que una de las partes, denominada integrador, se obliga frente a la otra parte denominado integrado, a proporcionar todos o parte de los productos, materias primas e insumos necesarios para la producción objeto del contrato, así como, en su caso, a ejercer la dirección técnica y a hacerse cargo de la producción al concluir el ciclo productivo. Por su parte, el integrado se obliga frente al integrador, a aportar los terrenos, los espacios y las instalaciones, así como los medios y servicios complementarios que resulten necesarios para completar la producción y una vez obtenida ésta, a su entrega al integrador.

h) Información comercial sensible: Es aquel conjunto de conocimientos técnicos que no son de dominio público, que están referidos a la naturaleza, características o finalidades de un producto, a los métodos o procesos para su producción, o a los medios o formas para su distribución o comercialización, y cuyo conocimiento es necesario para la fabricación o comercialización del producto.

i) Trazabilidad previsible: Las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento o producto alimenticio que entran dentro de las previsiones normales.

j) Proveedor: Cualquier persona física o jurídica, independientemente de su lugar de establecimiento, que vende productos agrícolas y alimentarios; puede abarcar a un grupo de tales personas físicas y jurídicas, incluidas las organizaciones de productores, las organizaciones de proveedores y las asociaciones de tales organizaciones.

k) Productos agrícolas y alimentarios perecederos: Los productos agrícolas y alimentarios que por su naturaleza o por la fase de transformación en que se encuentran podrían dejar de ser aptos para la venta o precisar conservación en condiciones de temperatura regulada dentro de los 30 días siguientes a su recolección, producción o transformación.

l) Comprador: Toda persona física o jurídica independientemente de su lugar de establecimiento, o cualquier autoridad pública en la Unión, que compre productos agrícolas y alimentarios. El término "comprador" puede abarcar a un grupo de tales personas físicas y jurídicas. Se exceptúan los consumidores finales.

m) Autoridad pública: Las autoridades nacionales, regionales o locales, los organismos de Derecho público o las asociaciones formadas por una o más de dichas autoridades o por uno o más de dichos organismos de Derecho público.

n) Secretos empresariales: Los secretos empresariales en los términos de la Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales.

ñ) Entidades asociativas: A los efectos de esta ley, son entidades asociativas las sociedades cooperativas de primero, segundo y ulterior grado, las sociedades agrarias de transformación, las organizaciones de productores con personalidad jurídica propia, reconocidas de acuerdo con la normativa comunitaria en el ámbito de la Política Agraria, y las entidades civiles o mercantiles, siempre que más del 50 por ciento de su capital social pertenezca a sociedades cooperativas, a organizaciones de productores o a sociedades agrarias de transformación. Las entregas de productos realizadas en el marco de acuerdos intercooperativos tendrán la consideración de entregas de socios.

o) Coste efectivo de producción: coste de producción o total de costes asumidos por el proveedor, conforme a lo señalado en el artículo 9.1.c).

[. . .]

TÍTULO II

Régimen de contratación y prácticas comerciales desleales

[. . .]

Artículo 14. *Gestión de marcas.*

1. Los criterios para la gestión de categorías habrán de ser predeterminados y evitarán tratamientos desleales, como la explotación por parte de una empresa de la situación de dependencia económica en la que puedan encontrarse sus empresas clientes o proveedores, como dispone el artículo 16 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. Los operadores gestionarán las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, evitando prácticas contrarias a la libre competencia o que constituyan actos de competencia desleal de acuerdo con lo previsto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, y en la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, así como actos de publicidad ilícitos de conformidad con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Asimismo, los operadores actuarán de buena fe en la comercialización de las innovaciones relevantes de los productos alimentarios de sus proveedores.

2. Se prohíbe el aprovechamiento indebido por parte de un operador y en beneficio propio de la iniciativa empresarial ajena, así como las que constituyan publicidad ilícita por reputarse desleal mediante la utilización, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio de cualesquiera elementos distintivos que provoquen riesgo de asociación o confusión con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador en los términos definidos en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre

de Marcas y sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 11 y 12 de la Ley de Competencia Desleal.

[. . .]

§ 25

Real Decreto 66/2015, de 6 de febrero, por el que se regula el régimen de controles a aplicar por la Agencia de Información y Control Alimentarios, previstos en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
«BOE» núm. 33, de 7 de febrero de 2015
Última modificación: 17 de mayo de 2023
Referencia: BOE-A-2015-1161

Téngase en cuenta que las referencias hechas a la "Agencia de Información y Control Alimentarios" se entenderán hechas a la "Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A", según establece la disposición adicional única del Real Decreto 368/2023, de 16 de mayo. Ref. BOE-A-2023-11643

La Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, tiene como finalidad mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria, de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio no sólo del sector, sino también de los consumidores.

En su disposición adicional primera, la Ley 12/2013, de 2 de agosto, procede a la modificación del organismo autónomo Agencia para el Aceite de Oliva, que ha pasado a denominarse Agencia de Información y Control Alimentarios, asumiendo además de las funciones que venía ejerciendo, aquellas nuevas relacionadas con el control del cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013.

La Agencia de Información y Control Alimentarios es un organismo autónomo de los previstos en el artículo 43.1.a) de la Ley 6/1997, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado con personalidad jurídica diferenciada, patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión, en los términos establecidos en dicha Ley y en su Estatuto, aprobado por el Real Decreto 227/2014, de 4 de abril.

Con la nueva Agencia se establece un organismo autónomo encargado de llevar a cabo las funciones que tiene legalmente encomendadas, propiciando un control efectivo de la cadena alimentaria, produciéndose de una misma manera y con un mismo nivel de cumplimiento de objetivos en todo el territorio nacional.

Los fines y funciones generales de la Agencia de Información y Control Alimentarios han quedado recogidos en su Estatuto, aprobado por Real Decreto 227/2014, de 4 de abril. En materia de controles, corresponde a la Agencia de Información y Control Alimentarios comprobar el cumplimiento de las obligaciones por parte de los operadores del sector oleícola, y lácteo así como la de aquellos otros sectores que reglamentariamente se

determinen, así como establecer y desarrollar el régimen de control necesario para comprobar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Conforme a lo previsto en el artículo 3 de su Estatuto, los controles que lleve a cabo la Agencia se harán sin perjuicio de las funciones que tengan encomendadas otros organismos, como ocurre en el sector lácteo.

Para llevar a cabo las tareas de inspección encomendadas a la Agencia de Información y Control Alimentarios es preciso establecer y desarrollar un régimen de control en el que se precisen los elementos sustanciales de la actividad inspectora, a fin de que el ejercicio de las funciones encomendadas al organismo autónomo se lleven a cabo con la seguridad y garantía precisas para todos los que intervienen en la cadena alimentaria y que serán sujetos de sus actividades inspectoras.

En el capítulo I se recogen las cuestiones generales del real decreto, tratando del objeto del mismo, el ámbito y finalidad de los controles, la atribución de las funciones de control del cumplimiento de lo establecido en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, a la Agencia de Información y Control Alimentarios, las relaciones con otras Administraciones Públicas y, finalmente, el régimen jurídico que será de aplicación a la Agencia.

En el capítulo II, que lleva por título «Los Servicios de Inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios», se trata del personal acreditado por su Director para llevar a cabo las tareas de control, los derechos, prerrogativas y consideraciones del mismo, sus deberes, así como del uso de bases informáticas por la Agencia de Información y Control Alimentarios.

En el capítulo III se trata de las actuaciones de la Agencia de Información y Control Alimentarios, comprendiendo aspectos referentes a las actuaciones inspectoras, la planificación de las actuaciones, el lugar y tiempo de las mismas, los obligados en el procedimiento de inspección, los derechos de los sujetos obligados, la asistencia de representantes y asesores a las inspecciones, la iniciación y el desarrollo de las actuaciones inspectoras, las facultades del personal inspector, la documentación de las actuaciones inspectoras, el valor probatorio de las actas levantadas por el personal acreditado, la firma de las actas de control, las actuaciones complementarias, el deber de auxilio y colaboración, los informes de las actuaciones de control, el registro de las actuaciones y, finalmente, el deber de secreto.

Debido a que este real decreto transciende la mera regulación de la actividad de control e inspección y entra dentro de la actividad sancionadora reconocida a la Agencia de Información y Control Alimentarios, se ha incluido en el reglamento el capítulo IV, titulado «Consecuencias derivadas de la actuación inspectora», donde se contemplan las reglas generales de actuación, así como las consecuencias que tendrán las mismas en el ámbito de las obligaciones impuestas para el mantenimiento de los sistemas de información, seguimiento y análisis de los mercados; en los casos de incumplimientos de pago de las aportaciones obligatorias a las organizaciones interprofesionales; de denuncias por incumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto; de irregularidades constatadas en el ejercicio de sus funciones y, finalmente, en los casos de infracción a la normativa sobre el comercio.

No se procede al desarrollo mediante este real decreto de las funciones de gestión y mantenimiento de los sistemas de información, seguimiento y análisis y control de los mercados lácteos hasta en tanto no se proceda a su desarrollo por otra norma reglamentaria.

La disposición derogatoria única deroga el Real Decreto 257/1999, de 12 de febrero, por el que se regula la supervisión de las ayudas comunitarias al aceite de oliva y la aceituna de mesa por la Agencia para el Aceite de Oliva.

Este real decreto se dicta al amparo del artículo 149.1.13.ª de la Constitución, que reserva al Estado la competencia exclusiva en materia de bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

En su virtud, a propuesta de la Ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, con la aprobación previa del Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 6 de febrero de 2015,

DISPONGO:

CAPÍTULO I

Objeto y ámbito de los controles de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, por la Agencia de Información y Control Alimentarios

Artículo 1. *Objeto.*

El presente real decreto tiene por objeto establecer el régimen de controles que será de aplicación por la Agencia de Información y Control Alimentarios para comprobar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. Así mismo, el real decreto desarrolla las previsiones de dicha Ley sobre la actividad sancionadora reconocida a la Agencia.

Artículo 2. *Ámbito de los controles.*

1. Los controles que lleve a cabo la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., tendrán por finalidad el examen, la comprobación y la investigación de las obligaciones impuestas a los operadores de la cadena alimentaria en virtud de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, para controlar su cumplimiento; así como, en el caso de constatarse incumplimientos, determinar si se han cometido posibles infracciones en materia de contratación alimentaria tipificadas en la misma ley que den lugar al correspondiente procedimiento sancionador.

2. Para el caso de que la Agencia de Información y Control Alimentarios tuviera que llevar a cabo alguna actuación en la que las competencias inspectoras fueran concurrentes con la de cualquier otra entidad, se llevarán a cabo previamente los mecanismos de coordinación y colaboración que fueran necesarios para su realización, mediante los correspondientes Acuerdos de Colaboración.

Artículo 3. *Relaciones con otras Administraciones Públicas.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., podrá solicitar de las demás Administraciones Públicas, especialmente de las comunidades autónomas, incluidas las Autoridades de Ejecución previstas en el artículo 28.4 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, la cooperación, asistencia activa e información que precise para el ejercicio de sus funciones de control. Por su parte, la Agencia, en el ejercicio de sus competencias, colaborará con otras Administraciones públicas cuando sea requerida al efecto en los términos del capítulo II del título III de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

2. Cuando una Administración pública conozca hechos o circunstancias que puedan suponer un incumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, por constituir una infracción tipificada en la misma lo pondrá en conocimiento de la Agencia de Información y Control Alimentarios con los elementos probatorios que procedan.

Artículo 4. *Régimen jurídico.*

1. Las funciones, facultades y actuaciones relacionadas con los controles para la comprobación del cumplimento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, se regirán:

a) Por la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y normas que la desarrollen.

b) Por el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios, aprobado por el Real Decreto 227/2014, de 4 de abril.

c) Por el presente real decreto y por cuantas otras disposiciones integren el ordenamiento jurídico vigente y resulten de aplicación.

2. En todo caso, se aplicará supletoriamente la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público; la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; la Ley 58/2003, de 17 de diciembre,

General Tributaria; la Ley 47/2003, General Presupuestaria, y las normas que las desarrollen.

CAPÍTULO II

Los Servicios de Inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios

Artículo 5. *Personal inspector.*

1. Las actuaciones derivadas de las funciones señaladas en el artículo 2 se realizarán por el personal funcionario de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A. debidamente acreditado por el Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., mediante su tarjeta de identificación profesional.

2. En los casos en los que el Director lo considere oportuno, los funcionarios debidamente acreditados de la Agencia de Información y Control Alimentarios podrán auxiliarse de expertos, técnicos y especialistas que resulten de especial interés en las tareas de control. Los mismos no tendrán la consideración de agentes de la autoridad y su actividad únicamente se circunscribirá al auxilio y colaboración con el personal inspector, a las órdenes de los cuales ejercerá su labor.

Artículo 6. *Situación del personal inspector.*

1. Los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios, debidamente acreditados por el Director para llevar a cabo las inspecciones, en el ejercicio de sus funciones, serán considerados como agentes de la autoridad, a los efectos de la responsabilidad administrativa y penal de quienes los intimiden o les hagan resistencia o acometan o empleen fuerza contra ellos, de hecho o de palabra, en actos de servicio o con motivo del mismo.

2. El desempeño de la función inspectora por el personal funcionario de la Agencia de Información y Control Alimentarios será incompatible con el ejercicio de cualquier cargo, profesión o actividad, público o privado, que pueda impedir o menoscabar el estricto cumplimiento de sus deberes o comprometer su imparcialidad o independencia.

Artículo 7. *Principios de actuación.*

1. En el ejercicio de sus funciones, los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios informarán a los interesados, con motivo de las actuaciones inspectoras, de sus derechos y deberes, para facilitarles el cumplimiento de sus obligaciones.

2. El personal funcionario de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., debidamente acreditado por el Director de la Agencia deberá abstenerse de intervenir en las actuaciones, informando a su superior jerárquico, cuando concurra cualquiera de los motivos a que se refiere el artículo 23 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

3. Deberán guardar secreto sobre los hechos y de cuantas informaciones de naturaleza confidencial hayan tenido conocimiento.

4. La infracción de cualquiera de los deberes de secreto o sigilo constituirá falta administrativa grave, sin perjuicio de que por su naturaleza la conducta pudiera ser constitutiva de delito, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de régimen disciplinario de los funcionarios de la Administración del Estado, aprobado por el Real Decreto 33/1986, de 10 de enero.

5. Los inspectores de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., realizarán sus funciones debidamente acreditados mediante su tarjeta de identificación profesional, iniciándose las inspecciones mediante la presentación de su tarjeta de identificación profesional a los inspeccionados, los apoderados o representantes de los operadores de la cadena alimentaria.

Artículo 8. *Uso de bases informáticas por la Agencia de Información y Control Alimentarios.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., está facultada para utilizar, en sus tareas de control, las bases de datos propias, así como para precisar el auxilio de aquellas otras cuya titularidad o gestión corresponda a la Administración General del Estado, solicitando el suministro de la información que precise en los términos establecidos en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

2. Los datos de carácter personal que figuren en dichos sistemas, así como los que figuren en los ficheros automatizados que pueda crear la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., relacionados con sus actividades inspectoras, podrán usarse para finalidades distintas de aquéllas para las que los datos hubieran sido recogidos, siempre y cuando dichas finalidades se correspondan con las funciones atribuidas normativamente a la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A.

3. Quienes intervengan en cualquier fase del tratamiento de los datos de carácter personal de los ficheros automatizados que utilice la Agencia de Información y Control Alimentarios están obligados al secreto profesional respecto de los mismos y al deber de guardarlos.

CAPÍTULO III

Actuaciones de la Agencia de Información y Control Alimentarios

Artículo 9. *Disposiciones generales.*

1. Los resultados de cualquiera de las actuaciones inspectoras de la Agencia de Información y Control Alimentarios, debidamente documentados, serán utilizados en todo caso en orden al adecuado desempeño de las funciones que ésta tiene encomendadas.

2. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., cuando compruebe en el desarrollo de sus funciones el incumplimiento, por algún operador, de las obligaciones que le incumben, que pueda constituir una infracción administrativa contemplada en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, llevará a cabo las correspondientes medidas que se recogen en el capítulo IV de este real decreto.

3. Los datos, informes o antecedentes obtenidos por la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., en sus tareas de control sólo podrán utilizarse para los fines que tiene encomendados. Esta documentación no podrá ser retirada de las dependencias de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., sin la preceptiva autorización del Director.

Artículo 10. *Actuaciones Inspectoras.*

1. Las actuaciones inspectoras se llevarán a cabo para la correcta aplicación de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

2. Las actuaciones de la Agencia de Información y Control Alimentarios podrán ser, entre otras, para:

a) **(Suprimida)**

b) Examinar la correspondencia entre los datos que figuren en las denuncias presentadas por las organizaciones de los sectores o mercados oleícolas (aceite de oliva y aceitunas de mesa), lácteos y vinícolas, y los que arrojen los sistemas de información de dichos mercados, que gestione la Agencia, a los efectos de iniciar e instruir los expedientes sancionadores por incumplimiento en el pago de las aportaciones obligatorias a dichas organizaciones interprofesionales.

c) Comprobar que los operadores de la cadena alimentaria cumplen las obligaciones establecidas en la Ley 12/2013, de 2 de agosto; pudiendo llevar a cabo un procedimiento de toma de muestras en aquellos casos que estimen oportunos.

d) Aquellos otros controles que sean solicitados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en el ámbito de las funciones establecidas en el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios.

3. Las actuaciones de obtención de información se dirigirán al conocimiento de los datos o antecedentes de cualquier naturaleza que obren en poder de una persona o entidad y tengan trascendencia en el buen funcionamiento de la cadena alimentaria.

4. Los funcionarios debidamente acreditados para proceder a una inspección ejercerá sus poderes previa presentación de una acreditación escrita del Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios que indique el objeto y la finalidad de la inspección, así como la fecha en la que vaya a practicarse.

5. En los casos en los que se haya solicitado de la autoridad judicial la correspondiente autorización para llevar a cabo las actuaciones inspectoras, ésta será presentada a los interesados por parte de los inspectores designados por el Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios.

Artículo 11. *Planificación de las actuaciones.*

1. El ejercicio de las tareas de control encomendadas a la Agencia de Información y Control Alimentarios se adecuará al Plan de Control.

2. El Plan de Control incluirá los criterios que hayan de servir para seleccionar las actuaciones inspectoras de comprobación e investigación que hayan de efectuarse.

3. El Plan de Control será aprobado por el Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios. Se comunicarán al Consejo Asesor de la Agencia, para su conocimiento, los Planes aprobados desde la última reunión, con el resultado de los mismos.

4. Cualquier adición o modificación del Plan de Control, durante su ejecución, deberá ser aprobado por el Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios, justificándose su necesidad de forma motivada, acompañándose de las memorias o informes precisos.

5. El Plan de Control se desarrollará en Planes de Trabajo, en los que se establecerán las actuaciones inspectoras de la Agencia de Información y Control Alimentarios, que tendrán carácter reservado y no serán objeto de publicidad.

6. Se deberá velar especialmente para que a través de la actividad inspectora la Agencia de Información y Control Alimentarios:

a) No se distorsione la libertad de mercado ni la libre competencia.

b) Se guarde la confidencialidad de los operadores inspeccionados y, en su caso, sancionados, sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 24 bis y 29 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Artículo 12. *Lugar y tiempo de las actuaciones.*

1. Las actuaciones de comprobación e investigación podrán desarrollarse, según los casos, en el lugar donde el inspeccionado tenga su domicilio social, despacho, oficina, almacén o industria; en el lugar donde radique la explotación; en las propias dependencias de la Agencia de Información y Control Alimentarios, o allí donde exista alguna prueba, al menos parcial, relativa a los hechos que puedan ser relevantes para determinar la existencia de infracciones a la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

2. Las actividades de inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios que se desarrollen en sus dependencias tendrán lugar dentro de la jornada de trabajo vigente.

3. En el caso de que las actividades de control se desarrollen en los locales del inspeccionado, se observará, con carácter general, la jornada laboral de oficina o de la actividad que rija en los mismos, sin perjuicio de que pueda actuarse de común acuerdo en otras horas y días. En el caso de que, dada la naturaleza de las comprobaciones realizadas, la interrupción de la inspección pueda ocasionar graves perjuicios al resultado de los controles, aquélla podrá proseguir durante el tiempo estrictamente indispensable, una vez concluida la jornada laboral.

4. En el caso de que las actividades de control se desarrollen en los locales del inspeccionado, y éstos fueran una explotación ganadera de animales vivos, se observará, con carácter general, la normativa en materia de bienestar y sanidad animal, amoldando la actividad inspectora a la naturaleza de una explotación ganadera, con el fin de no crear perjuicio alguno a los animales presentes en la misma.

5. La Agencia de Información y Control Alimentarios podrá, además, efectuar controles sin previo aviso, incluso fuera de la jornada laboral de las empresas inspeccionadas, siempre

que, en este último supuesto, tenga conocimiento de que se esté realizando alguna actividad en las instalaciones de los sujetos o entidades obligados contemplados en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Artículo 13. *Los obligados en el procedimiento de inspección.*

1. Están obligados a atender al personal de la Agencia de Información y Control Alimentarios debidamente acreditado por el Director para llevar a cabo inspecciones:

a) **(Suprimida)**
b) **(Suprimida)**
c) Los operadores de la cadena alimentaria que estén incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.
d) Toda persona física o jurídica que pueda proporcionar cualquier clase de datos e informaciones de que disponga sobre el objeto de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y que puedan resultar necesarios con el objeto y finalidad de la inspección.

2. Los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios debidamente acreditados por el Director para llevar a cabo inspecciones podrán exigir que se acredite la identidad, carácter y facultades de la persona o personas con cuyo concurso y asistencia se vayan a realizar las actuaciones.

Artículo 14. *Derechos de los sujetos obligados.*

Los sujetos obligados que deban soportar las actuaciones de comprobación, vigilancia e inspección por los servicios de inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., tendrán los derechos que sean reconocidos por el artículo 13 y por las letras b), f), g), h) e i) del artículo 53.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y por la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y en particular los siguientes:

a) A ser notificados del inicio y del objeto de las actuaciones inspectoras. En los supuestos en los que la índole de la inspección así lo requiera, por tratarse de una actuación inopinada, la notificación de las actuaciones de control se efectuará en el momento de iniciarse las mismas.
b) A un procedimiento sin dilaciones indebidas.
c) A formular alegaciones y a aportar documentos en cualquier fase del procedimiento, que deberán ser tenidos en cuenta por el personal inspector al redactar el informe de propuesta de sanción.

Artículo 15. *Asistencia de representantes y asesores a las inspecciones.*

Los inspeccionados y los apoderados o representantes de los operadores de la cadena alimentaria podrán intervenir en aquellas actuaciones inspectoras que se realicen ante los mismos, asistidos por un asesor en los términos del artículo 85 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, quien podrá aconsejar a su cliente. La presencia de los asesores en ningún caso se considerará necesaria para la realización de las actividades inspectoras, que se llevará a cabo, en todo caso, de conformidad con las instrucciones dictadas por el Director de la Agencia al respecto.

Artículo 16. *Iniciación y desarrollo de las actuaciones inspectoras.*

1. Las actuaciones de control que lleve a cabo la Agencia de Información y Control Alimentarios podrán llevarse a cabo:

a) Por propia iniciativa, como consecuencia de las previsiones contenidas en el Plan de Control.
b) Por la existencia de indicios razonables de incumplimiento de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.
c) En virtud de denuncia.

2. La Agencia de Información y Control Alimentarios podrá llevar a cabo, antes de proceder a la apertura de un expediente administrativo sancionador, una actuación preliminar, con objeto de conocer el alcance y las responsabilidades que puedan derivarse del contenido de la denuncia.

3. Cuando los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., debidamente acreditados por el Director del organismo autónomo para llevar a cabo inspecciones, actúen fuera de las dependencias de la Agencia, deberán identificarse mostrando su tarjeta de identidad profesional. Deberán, igualmente, al inicio de las actuaciones y en cualquier momento de las actuaciones inspectoras a solicitud del interesado, instruir a éste acerca del significado de las actuaciones, del procedimiento a seguir, de sus derechos y de las obligaciones y deberes que ha de observar para con la Agencia.

4. Iniciadas las actuaciones inspectoras, deberán proseguir hasta su terminación, de acuerdo con su naturaleza y carácter. Las actuaciones inspectoras se desarrollarán durante el tiempo que sea preciso en cada jornada, de acuerdo con las características propias de las comprobaciones en curso. Si duran varios días, al término de las actuaciones de cada día se suspenderán, fijando el inspector el lugar, el día y la hora para su reanudación, precintando en su caso las dependencias administrativas.

5. El plazo máximo de finalización de las actuaciones será de nueve meses a contar desde que la Agencia se encuentre en posesión de toda la información precisa, sin perjuicio de que, por circunstancias excepcionales o debido a la obstrucción de los controles por el inspeccionado, pueda prorrogarse este plazo por el Director de la Agencia a propuesta del inspector actuante, por un período no superior a tres meses improrrogables.

6. El personal de la Agencia de Información y Control Alimentarios debidamente acreditado por el Director para llevar a cabo inspecciones deberá practicar sus actuaciones procurando siempre perturbar en la menor medida posible el desarrollo normal de las actividades laborales, empresariales o profesionales del obligado.

Artículo 17. *Facultades del personal inspector.*

1. De acuerdo con lo establecido en la disposición adicional primera, apartados 8 y 9 de la Ley 12/2013 de 2 de agosto, los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios debidamente acreditados por el Director para llevar a cabo inspecciones realizarán las actuaciones de inspección y control a las entidades y operadores que se les ordene, y en su actuación tendrán las siguientes facultades, que serán siempre proporcionadas al objeto de su actuación:

a) Acceder a cualquier local, terreno, instalación o medio de transporte utilizados por las personas físicas o jurídicas sometidas a control.

b) Verificar las existencias de sus almacenes, los productos obtenidos, los procesos que se aplican y las instalaciones, maquinaria y equipos utilizados.

c) Acceder a los libros y documentos relativos a la actividad de la entidad, cualquiera que sea su soporte material, incluido el electrónico, así como obtener copias o extractos, en cualquier formato y soporte, incluido el electrónico, de dichos libros y documentos.

d) Retener por un plazo máximo de cinco días los libros o documentos mencionados en la letra c) de este apartado. Excepcionalmente se entregarán los originales cuando no se pueda entregar copia autenticada de los mismos.

e) Precintar almacenes, instalaciones, depósitos, equipos, vehículos, libros o documentos y demás bienes de la entidad durante el tiempo y en la medida que sea necesario para la inspección.

f) Requerir a cualquier representante o miembro del personal al servicio de la persona objeto de control, las explicaciones que considere necesarias sobre las actividades, procesos, materiales o documentos relacionados con el objeto y finalidad de la inspección y guardar constancia de sus respuestas.

g) Tomar muestras de materias primas, productos intermedios y terminados para determinar su composición y características, así como de los subproductos generados.

h) Levantar acta en la que se reflejen las actuaciones realizadas, la información requerida y la obtenida y los hechos constatados.

i) Acceder a los contratos efectuados en el ámbito de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, por el sujeto obligado objeto de control en los cuatro años anteriores.

j) Acceder al Registro de contratos alimentarios conforme al Real Decreto 1028/2022, de 20 de diciembre, por el que se desarrolla el Registro de Contratos Alimentarios.

2. El ejercicio de las facultades descritas en las letras a) y e) requerirá el previo consentimiento expreso del afectado o, en su defecto, la correspondiente autorización judicial.

3. En cualquier momento del procedimiento, se podrá ordenar, de oficio o a instancia de parte, que se mantengan secretos los datos o documentos que se consideren confidenciales, formando con ellos pieza separada.

4. Las actuaciones inspectoras se darán por concluidas cuando, a juicio de los inspectores, se hayan obtenido los datos y pruebas necesarios para fundamentar los actos que proceda dictar, bien considerando correcta la situación del inspeccionado, o bien por disponer de los elementos necesarios para regularizar la misma con arreglo a Derecho.

Artículo 18. *Documentación de las actuaciones inspectoras.*

1. Las actuaciones de los servicios de inspección de la Agencia de Información y Control Alimentarios se documentarán en actas de inspección.

2. Son actas de inspección aquellos documentos que extienden los funcionarios inspectores de la Agencia de Información y Control Alimentarios con el fin de recoger los resultados de sus actuaciones de comprobación e investigación sobre el terreno.

3. En las actas de inspección se consignarán, al menos:

a) El lugar y fecha de su formalización.

b) La identificación personal de los inspectores que la suscriben.

c) El nombre y apellidos, número de identificación fiscal y la firma de la persona con la que se extienden las actuaciones y el carácter o representación con que interviene en las mismas.

d) Los hechos constatados en la actuación inspectora.

e) El detalle de las actuaciones llevadas a cabo durante la inspección.

4. El personal inspector expedirá una copia del acta, así como una relación de documentos que se anexen a la misma, a los afectados.

Artículo 19. *Valor probatorio de las actas levantadas por los funcionarios.*

De acuerdo con lo dispuesto en el apartado 7 de la disposición adicional primera de la Ley 12/2013, las actas levantadas por los inspectores de la Agencia de Información y Control Alimentarios tendrán el carácter de documento público y, salvo que se acredite lo contrario, harán prueba de los hechos que en ellas se recojan.

Artículo 20. *Firma de las actas de inspección.*

1. Las actas de inspección deberán ir firmadas por el inspector o inspectores de la Agencia de Información y Control Alimentarios que hayan realizado las correspondientes actuaciones, así como, en su caso, por la persona con la que se hubiera realizado el control, su representante o el encargado del local donde hubiese tenido lugar la inspección.

2. La negativa de los inspeccionados a firmar el acta no impedirá que ésta, una vez firmada por el inspector o inspectores de la Agencia de Información y Control Alimentarios acreditados para la inspección, tenga valor probatorio, debiendo hacer constar en la misma la negativa del inspeccionado a firmar el acta.

3. Al acta se adjuntará la relación de los documentos de los que se haya obtenido copia, así como un ejemplar de la misma, y, en su caso, la relación de aquellos documentos que hayan sido retenidos y trasladados temporalmente a la Agencia de Información y Control Alimentarios por el personal inspector, cualquiera que sea su soporte material.

Artículo 21. *Actuaciones complementarias.*

Cuando la índole del asunto así lo requiera, los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios, debidamente acreditados por su Director, podrán solicitar, en el curso de las inspecciones, datos complementarios para completar las actuaciones de inspección. Si el obligado a cumplir este requerimiento es el propio inspeccionado, se indicará en el acta la documentación de que se trate y el tiempo en que ésta deberá ser remitida a la Agencia de Información y Control Alimentarios o puesta a disposición de los inspectores actuantes.

Artículo 22. *Toma de muestras.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios podrá tomar muestras, a los efectos previstos en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, en cualquier fase de la cadena alimentaria, de los productos.
2. Si, a la vista del resultado de los análisis practicados sobre dichos productos, se detectara un posible incumplimiento de la legislación aplicable en materia agroalimentaria o sanitaria, la Agencia de Información y Control Alimentarios lo comunicará a la mayor brevedad posible a los organismos competentes.

Artículo 23. *Auxilio y colaboración.*

1. De acuerdo con lo establecido en la disposición adicional primera, apartado 10 de la Ley 12/2013 de 2 de agosto, toda persona física o jurídica queda sujeta al deber de colaboración con la Agencia de Información y Control Alimentarios y está obligada a proporcionar, a requerimiento de ésta y en plazo, toda clase de datos e informaciones de que disponga y que puedan resultar necesarios con el objeto y finalidad de la inspección. Dicho plazo será de diez días, salvo que por la naturaleza de lo solicitado y las circunstancias del caso se fije de forma motivada un plazo diferente.
2. El incumplimiento de la obligación de suministrar la información que le sea requerida en el plazo señalado o el suministro de información incompleta se considerará infracción administrativa, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Artículo 24. *Informe de las actuaciones de control.*

El inspector o inspectores que han llevado a cabo las investigaciones emitirán, al finalizar el control, un informe en el que se recogerán todas las actuaciones llevadas a cabo.

Artículo 25. *Registro de las actuaciones.*

La Agencia de información y Control Alimentarios relacionará, registrará y archivará sus actuaciones inspectoras en la forma que se determine por el Director del organismo y con el detalle preciso para el debido control, constancia y custodia de las mismas.

Artículo 26. *Deber de secreto.*

Todos los que tomen parte en las actuaciones de control, inspección o tramitación de los expedientes sancionadores deberán guardar secreto sobre los hechos y de cuantas informaciones de naturaleza confidencial hayan tenido conocimiento. Asimismo, deberán guardar secreto sobre dichas actuaciones, los que las conociesen por razón de profesión, cargo o intervención como parte, incluso después de cesar en sus funciones.

CAPÍTULO IV

Consecuencias derivadas de la actuación inspectora

Artículo 27. *Reglas generales de actuación.*

1. A la vista de los resultados que figuren en los informes de control, la Agencia de Información y Control Alimentarios, finalizada la actividad comprobatoria inspectora, podrá:

a) Advertir al sujeto responsable, cuando las circunstancias del caso así lo aconsejen, en los casos en los que de las comprobaciones efectuadas no resulte la comisión de una infracción administrativa, pero sí inobservancias o irregularidades que deban corregirse.

b) Requerir al sujeto responsable para que, en el plazo que se le señale, adopte las medidas en orden al cumplimiento de la normativa, incluso con su justificación ante el funcionario actuante.

c) Llevar a cabo, en los casos de infracción a la Ley 12/2013, de 2 de agosto, las actuaciones administrativas que correspondan, de acuerdo con lo dispuesto en las mismas y en los artículos siguientes.

d) En los casos en que la Agencia de Información y Control Alimentarios tenga conocimiento de presuntas infracciones conforme a lo dispuesto en la normativa reguladora de defensa de la competencia, o en materia de comercio de productos agroalimentarios, remitirá las actuaciones los organismos competentes o a los interesados, de acuerdo con los dispuesto en los artículos siguientes.

2. En el ejercicio de las competencia que se han atribuido a la Agencia de Información y Control Alimentarios en materia de procedimiento sancionador y con el fin de salvaguardar los derechos de los posibles afectados, ésta actuará de conformidad con lo establecido al respecto por la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto.

Artículo 28. *Actuaciones en el ámbito de las obligaciones impuestas para el mantenimiento de los sistemas de información, seguimiento y análisis de los mercados.*

(Suprimido)

Artículo 29. *Actuaciones en los casos de incumplimientos de pago de las aportaciones obligatorias a las organizaciones interprofesionales o de productores.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., iniciará e instruirá, de acuerdo a su propio régimen, los expedientes sancionadores por incumplimientos en el pago de las aportaciones obligatorias a las organizaciones interprofesionales o de productores, reconocidas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en los productos o sectores oleícolas (aceite de oliva y aceitunas de mesa), lácteo y vinícola, y elevará a las autoridades competentes las propuestas de resolución que correspondan.

2. En las infracciones contempladas en el apartado anterior, el impago deberá ser denunciado por la organización interprofesional ante la autoridad competente, acompañando la documentación que acredite haber requerido el pago a los deudores, así como la admisión a trámite de la correspondiente demanda judicial o, en su caso, de la solicitud de laudo arbitral.

3. No obstante, cuando la aportación económica impagada o las cuotas en que se desglose se calculen sobre datos incluidos en declaraciones oficiales a la administración competente o constatados en sus actuaciones de control, no será necesario acreditar la presentación de la documentación mencionada en el párrafo anterior, siendo suficiente a estos efectos la aportación de una certificación extendida por el órgano administrativo encargado de la gestión de los datos incluidos en dichas declaraciones.

4. En el ámbito de las infracciones a la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, cuya instrucción corra a cargo de la Agencia de Información y Control Alimentarios, el plazo máximo para resolver el procedimiento sancionador y notificar la resolución expresa del mismo, será de seis meses.

Artículo 30. *Actuaciones en los casos de denuncias por incumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios realizará las comprobaciones que corresponda de las denuncias por incumplimientos de lo dispuesto en Ley 12/2013, de 2 de agosto, que les sean presentadas e instruirá, en el caso que sea de su competencia, el correspondiente procedimiento sancionador para formular la propuesta de resolución que proceda a la autoridad competente, junto con las actuaciones realizadas.

2. A los efectos de la iniciación de un procedimiento sancionador, las denuncias que se presenten por presunto incumplimiento de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y que deba conocer la Agencia de Información y Control Alimentarios, deberán cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto.

3. En los casos en los que sea competente la Agencia de Información y Control Alimentarios para iniciar e instruir el procedimiento administrativo sancionador correspondiente por los hechos denunciados, la Agencia comunicará al denunciante la iniciación o no del procedimiento, si la denuncia va acompañada de una solicitud de iniciación.

4. En el ámbito de las infracciones a la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, cuya instrucción corra a cargo de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., el plazo máximo para resolver el procedimiento sancionador y notificar la resolución expresa del mismo, será de diez meses.

Artículo 31. *Actuaciones en los casos de irregularidades constatadas en el ejercicio de sus funciones.*

1. En el caso de que la Agencia de Información y Control Alimentarios constate, en el ejercicio de sus funciones, incumplimientos de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, iniciará de oficio, en el caso de que la competencia para su resolución corresponda a la Administración General del Estado, el procedimiento sancionador que corresponda y, tras la correspondiente instrucción, propondrá a la autoridad competente la resolución que proceda.

2. Si, de conformidad con lo establecido en al artículo 26 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, la competencia fuera de una comunidad autónoma, la Agencia trasladará la información que proceda al órgano competente de ésta

Artículo 32. *Actuaciones en los casos de infracción a la normativa sobre la defensa de la competencia o del comercio.*

1. Cuando, de las comprobaciones efectuadas por la Agencia de Información y Control Alimentarios se deduzca que los hechos constatados en el curso de los controles efectuados, pueden ser constitutivos de alguna de las conductas recogidas en los artículos 1 al 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, trasladará las actuaciones realizadas a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, a los efectos oportunos.

2. Cuando, de las comprobaciones efectuadas por la Agencia de Información y Control Alimentarios se deduzca que los hechos constatados en el curso de los controles efectuados, pueden ser constitutivos de alguna de las infracciones contempladas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, trasladará las actuaciones realizadas a la comunidad autónoma competente, a los efectos de la iniciación del procedimiento sancionador que corresponda.

Artículo 33. *Actuaciones en los casos de infracciones previstas en la Ley 6/2015, de 12 de mayo.*

(Derogado)

Disposición derogatoria única. *Derogación del Real Decreto 257/1999.*

Queda derogado el Real Decreto 257/1999, de 12 de febrero, por el que se regula la supervisión de las ayudas comunitarias al aceite de oliva y la aceituna de mesa por la Agencia para el Aceite de Oliva.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo del artículo 149.1.13.ª de la Constitución, que reserva al Estado la competencia exclusiva en materia de bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica.

Disposición final segunda. *Mercado lácteo.*

(Suprimida)

Disposición final tercera. *Facultad de desarrollo.*

Se faculta al Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y aplicación del presente real decreto, y en particular para modificar lo dispuesto en los artículos 2, 10, 13 y 29 en aplicación de lo dispuesto en el apartado 6, letra a) de la disposición adicional primera de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Disposición final cuarta. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 26

Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios

Ministerio de la Presidencia
«BOE» núm. 202, de 24 de agosto de 1999
Última modificación: 4 de marzo de 2015
Referencia: BOE-A-1999-17996

El Real Decreto 212/1992, de 6 de marzo, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, modificado por el Real Decreto 930/1995, de 9 de junio, incorpora al ordenamiento jurídico nacional la Directiva 79/112/CEE, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios destinados al consumidor final, así como sus posteriores modificaciones.

Asimismo, para garantizar una información adecuada a los consumidores, se adoptaron las Directivas 94/54/CE y 96/21/CE, relativas a la indicación en el etiquetado de determinados productos alimenticios de otras menciones obligatorias distintas de las previstas en la Directiva 79/112/CEE. La incorporación de estas Directivas al derecho nacional se ha llevado a cabo por los Reales Decretos 1908/1995, de 24 de noviembre, y 1268/1997, de 24 de julio.

En fechas recientes se han producido nuevas modificaciones mediante la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo 97/4/CE, de 27 de enero, cuya finalidad es permitir, por medio de un etiquetado más completo, mejorar la información de los consumidores y respetar la lealtad de las transacciones comerciales.

Esta última Directiva completa, principalmente, las actuales disposiciones relativas a la denominación de venta de los productos alimenticios, colma una laguna técnica en materia de etiquetado de los productos alimenticios compuestos por un solo ingrediente y hace obligatoria la mención de las cantidades de algunos ingredientes.

La incorporación al ordenamiento jurídico interno, de lo dispuesto en la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo 97/4/CE, de 27 de enero, se lleva a cabo por el presente Real Decreto.

Al propio tiempo, se hace oportuno realizar una refundición de la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad, aprobada por el Real Decreto 212/1992 y sus posteriores modificaciones, a efectos de una mayor clarificación del texto que haga más fácil su aplicación.

El presente Real Decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.13.ª y 16.ª de la Constitución y de conformidad con el artículo 40.2 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad.

En la tramitación del procedimiento llevado a cabo para la aprobación del presente Real Decreto se ha dado audiencia a las asociaciones de consumidores y usuarios y a los

sectores afectados, habiendo emitido su informe preceptivo la Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria.

En su virtud, a propuesta de los Ministros de Sanidad y Consumo, de Economía y Hacienda, de Industria y Energía y de Agricultura, Pesca y Alimentación, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 31 de julio,

DISPONGO:

Artículo único. *Aprobación de la Norma general.*

Se aprueba la adjunta Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

Disposición adicional única. *Título competencial.*

El presente Real Decreto y la Norma general que aprueba se dictan de conformidad con lo dispuesto en el artículo 40.2 de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad y al amparo de lo establecido en el artículo 149.1.13.ª y 16.ª de la Constitución.

No obstante, la exigencia establecida en el primer párrafo del artículo 18 sólo tendrá carácter básico respecto de las indicaciones relativas a la lista de ingredientes, las instrucciones para la conservación y el modo de empleo.

Disposición transitoria única. *Prórroga de comercialización.*

Hasta el 14 de febrero del año 2000, se podrán comercializar los productos alimenticios, que, cumpliendo las disposiciones anteriores, no se ajusten al presente Real Decreto.

No obstante, los productos etiquetados con anterioridad a esta fecha y que no se ajusten a lo dispuesto en este Real Decreto podrán comercializarse hasta que se agoten sus existencias.

Disposición derogatoria única. *Normas que se derogan.*

Quedan derogados:

El Real Decreto 212/1992, de 6 de marzo, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

El Real Decreto 930/1995, de 9 de junio, por el que se modifica la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 212/1992, de 6 de marzo.

El Real Decreto 1908/1995, de 24 de noviembre, por el que se modifica la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aprobada por el Real Decreto 212/1992, de 6 de marzo, a fin de indicar en el etiquetado de determinados productos alimenticios otras menciones obligatorias, y se modifica el Real Decreto 930/1995, de 9 de junio, permitiendo la comercialización de determinados productos.

El Real Decreto 1268/1997, de 24 de julio, relativo a la indicación en el etiquetado de determinados productos alimenticios de otras menciones obligatorias distintas de las previstas en el Real Decreto 212/1992, de 6 de marzo, y por el que se modifica el artículo 20 de la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

NORMA GENERAL DE ETIQUETADO, PRESENTACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

CAPÍTULO I

Artículo 1. *Ámbito de aplicación.*

La presente Norma se aplicará al etiquetado de los productos alimenticios destinados a ser entregados sin ulterior transformación al consumidor final, así como a los aspectos relativos a su presentación y a la publicidad que se hace de ellos y que en esta Norma se regulan.

Se aplicará también a los productos alimenticios destinados a ser entregados a los restaurantes, hospitales, cantinas y otras colectividades similares, denominados en lo sucesivo «colectividades».

Artículo 2. *Productos excluidos.*

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de la presente Norma, los productos destinados a ser exportados a países no pertenecientes a la Unión Europea.

CAPÍTULO II

Artículo 3. *Definiciones.*

A los efectos de esta Norma, se entiende por:

1. Etiquetado: las menciones, indicaciones, marcas de fábrica o comerciales, dibujos o signos relacionados con un producto alimenticio que figuren en cualquier envase, documento, rótulo, etiqueta, faja o collarín que acompañen o se refieran a dicho producto alimenticio.

2. Producto alimenticio envasado: la unidad de venta destinada a ser presentada sin ulterior transformación al consumidor final y a las colectividades, constituida por un producto alimenticio y el envase en el que haya sido acondicionado antes de ser puesto a la venta, ya recubra el envase al producto por entero o sólo parcialmente, pero de forma que no pueda modificarse el contenido sin abrir o modificar dicho envase.

3. Ingrediente: cualquier sustancia, incluidos los aditivos y los enzimas, utilizada en la fabricación o en la preparación de un producto alimenticio y que todavía se encuentra presente en el producto acabado, aunque sea en una forma modificada.

No se consideran ingredientes:

a) Los componentes de un ingrediente que en el curso del proceso de fabricación se hayan eliminado temporalmente para reincorporarlos después en cantidad que no sobrepase el contenido inicial.

b) Los aditivos y enzimas cuya presencia en un producto alimenticio se deba únicamente al hecho de que estaban contenidos en uno o varios ingredientes de dicho producto, siempre que no cumplan ya una función tecnológica en el producto acabado.

c) Los coadyuvantes tecnológicos.

d) Las sustancias utilizadas en las dosis estrictamente necesarias como disolventes o soportes para aditivos, enzimas y aromas.

e) Las sustancias que no sean aditivos pero que se utilicen del mismo modo y para los mismos fines que los auxiliares tecnológicos y que todavía se encuentren presentes en el producto acabado aunque sea en forma modificada.

4. Lote: conjunto de unidades de venta de un producto alimenticio producido, fabricado o envasado en circunstancias prácticamente idénticas.

5. Fecha de duración mínima: fecha hasta la cual el producto alimenticio mantiene sus propiedades específicas en condiciones de conservación apropiadas.

CAPÍTULO III

Artículo 4. *Principios generales.*

1. El etiquetado y las modalidades de realizarlo no deberán ser de tal naturaleza que induzcan a error al comprador, especialmente:

a) Sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre su naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, origen o procedencia y modo de fabricación o de obtención.
b) Atribuyendo al producto alimenticio efectos o propiedades que no posea.
c) Sugiriendo que el producto alimenticio posee características particulares, cuando todos los productos similares posean estas mismas características.
d) Atribuyendo a un producto alimenticio propiedades preventivas, terapéuticas o curativas de una enfermedad humana, ni mencionando dichas propiedades, sin perjuicio de las disposiciones aplicables a las aguas minerales naturales y a los productos alimenticios destinados a una alimentación especial.

2. Estas prohibiciones se aplicarán igualmente a la presentación de los productos alimenticios (en especial a la forma o al aspecto que se dé a éstos o a su envase, al material usado para éste y a la forma en que estén dispuestos, así como al entorno en que estén expuestos) y a la publicidad.

CAPÍTULO IV

Artículo 5. *Información obligatoria del etiquetado.*

1. El etiquetado de los productos alimenticios requerirá solamente, salvo las excepciones previstas en este capítulo, las indicaciones obligatorias siguientes:

a) La denominación de venta del producto.
b) La lista de ingredientes.
c) La cantidad de determinados ingredientes o categoría de ingredientes.
d) El grado alcohólico en las bebidas con una graduación superior en volumen al 1,2 por 100.
e) La cantidad neta, para productos envasados.
f) La fecha de duración mínima o la fecha de caducidad.
g) Las condiciones especiales de conservación y de utilización.
h) El modo de empleo, cuando su indicación sea necesaria para hacer un uso adecuado del producto alimenticio.
i) Identificación de la empresa: el nombre, la razón social o la denominación del fabricante o el envasador o de un vendedor establecido dentro de la Unión Europea y, en todo caso, su domicilio.
j) El lote.
k) El lugar de origen o procedencia.
l) Las previstas en el anexo IV para diversas categorías o tipos de productos alimenticios.

2. Los quesos y los embutidos, en todo caso, deberán cumplir los requisitos de etiquetado establecidos en el presente artículo. No obstante, cuando su venta sea fraccionada se atendrán a lo recogido en el artículo 15.
3. Las indicaciones obligatorias señaladas en el apartado 1 únicamente podrán complementarse, con carácter obligatorio, con las establecidas en las disposiciones comunitarias de aplicación directa o en las disposiciones nacionales que incorporen la normativa comunitaria.

Artículo 6. *Denominación de venta.*

1. La denominación de venta de un producto alimenticio será la denominación prevista para este producto en las disposiciones de la Comunidad Europea que le sean aplicables.

a) A falta de disposiciones de la Comunidad Europea, la denominación de venta será la denominación prevista por las disposiciones legales, reglamentarias o administrativas que le sean aplicables en España.

En defecto de lo anterior, estará constituida por el nombre consagrado por el uso en España, o por una descripción del producto alimenticio y de su utilización, si fuera necesario, lo suficientemente precisa para permitir al comprador conocer su naturaleza real y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirse.

b) Se admitirá también la utilización de la denominación de venta con la que el producto se fabrique y comercialice legalmente en el Estado miembro de procedencia.

Sin embargo, cuando la aplicación de las disposiciones de la presente Norma, en particular las previstas en el artículo 5, no sean suficientes para permitir a los consumidores conocer la naturaleza real del producto y distinguirlo de los productos con los que pudiera confundirlo, la denominación de venta deberá completarse con otras indicaciones descriptivas que habrán de figurar en su proximidad.

c) En casos excepcionales, la denominación de venta del Estado miembro de procedencia no se utilizará cuando el producto que designe se diferencie, desde el punto de vista de su composición o de su fabricación, del producto conocido bajo esta denominación hasta el punto de que las disposiciones del párrafo b) no basten para garantizar una información correcta a los consumidores.

2. No podrá ser sustituida la denominación de venta por una marca comercial o de fábrica o una denominación de fantasía.

3. La denominación de venta incluirá o irá acompañada de una indicación del estado físico en que se encuentra el producto alimenticio o del tratamiento específico a que ha sido sometido (tales como en polvo, liofilizado, congelado, concentrado, ahumado), en caso de que la omisión de dicha indicación pudiera inducir a confusión al comprador.

Todos los productos alimenticios que hayan sido tratados con radiación ionizante deberán llevar una de las menciones siguientes: «irradiado» o «tratado con radiación ionizante».

4. Acompañarán a la denominación de venta, en aquellos casos en que el anexo IV lo establezca, las menciones que en él se especifican.

5. Cuando el producto alimenticio está regulado por disposiciones específicas, deberán utilizarse las designaciones de calidad tipificadas, quedando expresamente prohibidos los adjetivos calificativos diferentes a los establecidos en las disposiciones correspondientes.

Artículo 7. *Lista de ingredientes.*

1. La lista de ingredientes irá precedida del título «ingredientes» o de una mención apropiada que incluya tal palabra.

2. La lista de ingredientes estará constituida por la mención de todos los ingredientes en orden decreciente de sus pesos en el momento en que se incorporen durante el proceso de fabricación del producto.

No obstante:

a) El agua añadida y los ingredientes volátiles se indicarán en la lista en función de su peso en el producto acabado.

La cantidad de agua añadida como ingrediente en un producto alimenticio, se determinará sustrayendo de la cantidad total del producto acabado la cantidad total de los demás ingredientes empleados; esta cantidad podrá no tomarse en consideración si, en peso, no excede del 5 por 100 del producto acabado.

b) Cuando se trate de productos alimenticios concentrados o deshidratados destinados a ser reconstituidos mediante adición de agua, los ingredientes podrán mencionarse por orden decreciente de sus proporciones en el producto alimenticio reconstituido.

La lista de ingredientes deberá ir acompañada en estos casos de expresiones tales como: «Ingredientes del producto reconstituido» o «Ingredientes del producto ya preparado para el consumo».

c) Cuando se utilicen como ingredientes en un producto alimenticio mezclas de frutas, hortalizas o setas, en que ninguna predomine, en peso, de una manera significativa, y se utilicen en proporciones que puedan variar, podrán agruparse en la lista de ingredientes con

la denominación "frutas", "hortalizas" o "setas", seguida por la indicación "en proporción variable", seguida inmediatamente de la enumeración de las frutas, hortalizas o setas presentes; en tal caso, la mezcla se indicará en la lista de ingredientes, de conformidad con el párrafo introductorio de este apartado 2, en función del peso del conjunto de las frutas, hortalizas o setas presentes.

d) Cuando se utilicen ingredientes concentrados o deshidratados que se reconstituyan durante la fabricación del producto alimenticio, podrán mencionarse dichos ingredientes en la lista según su cuantía en peso antes de la concentración o deshidratación.

e) No se requerirá mencionar el agua en el caso del líquido de cobertura que normalmente no se consume, ni cuando se utilice en el proceso de fabricación solamente para reconstituir a su estado de origen un ingrediente utilizado en forma concentrada o deshidratada.

f) Los ingredientes que constituyan menos del dos por ciento del producto acabado podrán enumerarse en un orden diferente, a continuación de los demás ingredientes.

g) Cuando puedan utilizarse en la fabricación o la preparación de un producto alimenticio ingredientes similares o intercambiables sin que se altere su composición, su naturaleza o su valor percibido, y siempre que constituyan menos del dos por ciento del producto acabado, su designación en la lista de ingredientes podrá efectuarse con la indicación "contiene... y/o...", en caso de que al menos uno de los dos ingredientes como máximo esté presente en el producto acabado. Esta disposición no se aplicará a los aditivos ni a los ingredientes enumerados en el anexo V.

3. Cuando un ingrediente de un producto alimenticio haya sido elaborado a partir de varios ingredientes, se considerará a estos últimos como ingredientes de dicho producto.

En tal caso, dicho ingrediente compuesto podrá figurar en la lista de ingredientes bajo su denominación en la medida en que ésta esté regulada o consagrada por el uso, en función de su peso global, a condición de que vaya seguida inmediatamente por la enumeración de sus propios ingredientes.

No obstante, dicha enumeración no será obligatoria:

a) Cuando la composición del ingrediente compuesto se establezca en el marco de una norma comunitaria en vigor, siempre que el ingrediente compuesto constituya menos del dos por ciento del producto acabado; esta disposición no se aplicará a los aditivos, sin perjuicio de lo especificado en el segundo párrafo del apartado 3 del artículo 3.

b) Para ingredientes compuestos que consistan en mezclas de especias y/o de plantas aromáticas que constituyan menos del dos por ciento del producto acabado, salvo los aditivos, sin perjuicio de lo especificado en el segundo párrafo del apartado 3 del artículo 3.

c) Cuando el ingrediente compuesto sea un producto alimenticio para el que no se exija la lista de ingredientes.

4. Los ingredientes se designarán por su nombre específico, y siempre de acuerdo con las reglas del artículo 6, «Denominación de venta», excepto en los casos especificados en los apartados 5 y 6 del presente artículo.

5. Los ingredientes que pertenezcan a una de las categorías enumeradas en el anexo I y que sean componentes de otro producto alimenticio podrán designarse sólo con el nombre de dicha categoría, sin embargo, la designación «almidón» que figura en el anexo I deberá completarse siempre con la indicación de su origen vegetal específico, cuando dicho ingrediente pueda contener gluten.

6. Los ingredientes que pertenezcan a una de las categorías enumeradas en el anexo II se designarán obligatoriamente con el nombre de dicha categoría, seguido de su nombre específico o de su número CE. En el caso de ingredientes que pertenezcan a varias categorías se indicará la que corresponda a su función principal en el producto alimenticio de que se trate.

Las enzimas distintas de las mencionadas en el apartado 3.b) del artículo 3, deben designarse mediante el nombre de una de las categorías de ingredientes que figuran en el anexo II, seguido de su nombre específico.

7. Los aromas se designarán de conformidad con el anexo III de la presente Norma general.

8. No precisarán lista de ingredientes:

a) Los productos alimenticios constituidos por un solo ingrediente, siempre que la denominación de venta sea idéntica al nombre del ingrediente, o siempre que la denominación de venta permita determinar la naturaleza del ingrediente sin riesgo de confusión.

b) Las frutas, las hortalizas frescas y las patatas, excepto las mondadas, cortadas o sometidas a cualquier otro tratamiento similar.

c) Las aguas de bebida envasadas gasificadas cuya denominación señale esta característica.

d) Los vinagres de fermentación que procedan de un solo producto base a los que no se les haya incorporado ningún otro ingrediente.

e) Los quesos, la mantequilla, la leche y la nata fermentadas, siempre que no se les hayan añadido más ingredientes que productos lácteos, enzimas y cultivos de microorganismos necesarios para la fabricación de los citados productos, y, en el caso de los quesos distintos de los frescos o fundidos, la sal precisa para su elaboración.

f) Las bebidas con un grado alcohólico adquirido superior en volumen al 1,2 por 100.

9. No obstante lo dispuesto en el apartado 8.f), todo ingrediente, tal como se define en el apartado 3 del artículo 3, que esté citado en el anexo V, deberá indicarse en la etiqueta cuando se encuentre en bebidas con un grado alcohólico adquirido superior al 1,2 por ciento. Tal indicación incluirá la palabra "contiene", seguida del nombre del ingrediente o de los ingredientes en cuestión. No obstante, podrá prescindirse de dicha indicación cuando el ingrediente figure ya con su nombre especifico en la lista de ingredientes o en la denominación de venta de la bebida.

10. No obstante lo dispuesto en el tercer párrafo del apartado 3, en los apartados 5, 6, 7 y en los párrafos a), b), c), d) y e) del apartado 8, cualquier ingrediente que se utilice en la producción de un producto alimenticio que siga presente en el producto acabado, aunque sea en forma modificada, y que esté enumerado en el anexo V o proceda de ingredientes enumerados en el anexo V, se indicará en la etiqueta mediante una referencia clara al nombre de dicho ingrediente.

La indicación a que se refiere el párrafo anterior no será necesaria si la denominación comercial del producto se refiere claramente al ingrediente de que se trate.

No obstante lo dispuesto en los párrafos b), c), d) y e) del apartado 3 del artículo 3, cualquier sustancia que se utilice en la producción de un producto alimenticio y que siga presente en el producto acabado, aunque sea en forma modificada, y que proceda de los ingredientes enumerados en el anexo V será considerada como un ingrediente y se indicará en la etiqueta mediante una referencia clara al nombre del ingrediente del que proceda.

Artículo 8. *Indicación cuantitativa de ciertos ingredientes.*

1. Se indicará la cantidad de un ingrediente o de una categoría de ingredientes utilizada en la fabricación o preparación de un producto alimenticio siempre que:

a) El ingrediente o la categoría de ingredientes de que se trate figure en la denominación de venta o el consumidor lo asocie en general con la denominación de venta; o

b) En el etiquetado se destaque el ingrediente o la categoría de ingredientes de que se trate por medio de palabras, imágenes o representación gráfica; o

c) Cuando el ingrediente o la categoría de ingredientes de que se trate sea esencial para definir un producto alimenticio y para distinguirlo de los productos con los que se pudiera confundir a causa de su denominación o de su aspecto.

2. No se aplicará la exigencia contemplada en el apartado 1 del presente artículo, en los siguientes casos:

a) A un ingrediente o una categoría de ingredientes:

1.º Cuyo peso neto escurrido se indique de conformidad con el apartado 6 del artículo 10.

2.º Cuya cantidad debe figurar en el etiquetado en virtud de las disposiciones comunitarias.

3.º Que se utilice en dosis bajas con fines de aromatización.

4.º Que, aun cuando figure en la denominación de venta, no pueda determinar la elección del consumidor toda vez que la variación de cantidad no sea esencial para caracterizar al producto alimenticio o no sea suficiente para distinguir el producto de otros similares.

b) Cuando haya disposiciones comunitarias específicas que determinen de manera precisa la cantidad del ingrediente o de la categoría de ingredientes sin prever la indicación de los mismos en el etiquetado.

c) En los casos contemplados en el apartado 2.c) del artículo 7.

3. Los párrafos a) y b) del apartado 1 del presente artículo no se aplicarán:

a) Cuando las menciones "edulcorante(s)" o "azúcar(es) y edulcorante(s)" acompañen a la denominación de venta de un producto alimenticio con arreglo a lo establecido en el anexo IV.

b) A las menciones relativas a la incorporación de vitaminas y minerales, cuando dichas sustancias figuren en el etiquetado sobre propiedades nutritivas.

4. La cantidad mencionada, expresada en porcentaje, corresponderá a la cantidad del o de los ingredientes en el momento de su utilización.

5. Con excepción al principio establecido en el apartado 4 del presente artículo se aplicará a la indicación de las cantidades de ingredientes lo siguiente:

a) En el caso de los productos alimenticios que hayan perdido humedad como consecuencia de un tratamiento térmico o de otro tipo, la cantidad mencionada será la del ingrediente o ingredientes utilizados, referida al producto acabado ; dicha cantidad se expresará en porcentaje.

No obstante, si la cantidad de un ingrediente o la cantidad total de todos los ingredientes recogida en el etiquetado es superior al 100 por 100, en lugar del porcentaje se indicará el peso del ingrediente o ingredientes utilizados para preparar 100 gramos de producto acabado.

b) La cantidad de ingredientes volátiles se indicará en función de su importancia ponderal en el producto acabado.

La cantidad de los ingredientes utilizados en forma concentrada o deshidratada y reconstituidos podrá expresarse en función de su importancia ponderal antes de la concentración o deshidratación.

En el caso de alimentos concentrados o deshidratados a los que se haya de añadir agua, la cantidad de los ingredientes podrá expresarse en función de su importancia ponderal en el producto reconstituido.

6. La mención contemplada en el apartado 1 del presente artículo, figurará en la denominación de venta del producto alimenticio, o indicada junto a dicha denominación, o en la lista de ingredientes en relación con el ingrediente o categoría de ingredientes en cuestión.

7. Este artículo se aplicará sin perjuicio de lo dispuesto en el Real Decreto 930/1992, de 17 de julio, por el que se aprueba la norma de etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios.

Artículo 9. *Grado alcohólico.*

Las bebidas con grado alcohólico superior en volumen al 1,2 por 100 deberán incluir la indicación del grado alcohólico volumétrico adquirido.

La cifra correspondiente al grado alcohólico incluirá un decimal como máximo e irá seguida del símbolo «% vol» y podrá estar precedida de la palabra «alcohol» o de la abreviatura «alc».

Las modalidades de especificación del grado alcohólico volumétrico se determinarán, en lo que respecta a los productos correspondientes a la partida arancelaria 22.04 (vino de uvas frescas, incluso encabezado, mosto de uva, excepto el de la partida 20.09), por las normas obligatorias de la Comunidad Europea o del propio ordenamiento español.

Artículo 10. *Cantidad neta.*

1. La cantidad neta de los productos alimenticios envasados se expresará:

a) En unidades de volumen para los productos líquidos.
b) En unidades de masa para los demás.

Se utilizará, según el caso, el litro (l o L), el centilitro (cl), el mililitro (ml) o bien el kilogramo (kg) o el gramo (g).

Las Reglamentaciones técnico-sanitarias o normas específicas podrán establecer excepciones a esta regla para algunos productos alimenticios.

2. Las Reglamentaciones técnico-sanitarias o normas específicas podrán establecer otras indicaciones de cantidad para determinados productos alimenticios que estén clasificados en categorías por cantidad. Cuando establezcan la indicación de un tipo de cantidad, tal como: cantidad nominal, cantidad mínima, cantidad media, esta cantidad será, a efectos de la presente Norma general la cantidad neta.

3. Cuando un envase esté constituido por dos o más envases individuales que contengan la misma cantidad del mismo producto se indicará la cantidad neta mencionando la cantidad neta contenida en cada envase individual y el número total de envases. No obstante, estas indicaciones no serán obligatorias cuando el número total de envases individuales pueda verse claramente y contarse fácilmente desde el exterior y cuando pueda verse claramente desde el exterior por lo menos una indicación de la cantidad neta contenida en cada envase individual.

4. Cuando un envase esté constituido por dos o más envases individuales que no se consideren unidades de venta se indicará la cantidad neta mencionando la cantidad neta total y el número total de envases individuales. Las Reglamentaciones técnico-sanitarias o normas específicas podrán prever, para ciertos productos alimenticios, que no se indique el número total de envases individuales.

5. En el caso de productos alimenticios que se vendan normalmente por unidades no será obligatoria la indicación de la cantidad neta, siempre y cuando el número de unidades pueda verse claramente y contarse fácilmente desde el exterior o, en su defecto, que venga indicada en el etiquetado.

6. Cuando un producto alimenticio sólido se presente en un líquido de cobertura, en el etiquetado se indicará también la masa neta escurrida de dicho producto alimenticio. Por líquido de cobertura se entenderán los productos mencionados a continuación, en su caso, mezclados entre ellos y también cuando se presenten en estado congelado o ultracongelado, siempre que el líquido sea únicamente accesorio respecto a los elementos esenciales del preparado y, en consecuencia, no resulte determinante para la compra: agua, soluciones acuosas de sales, salmueras, soluciones acuosas de ácidos alimentarios, vinagre, soluciones acuosas de azúcares, soluciones acuosas de otras sustancias o materias edulcorantes y de zumo de frutas o de hortalizas en el supuesto de frutas y hortalizas.

7. La indicación de la cantidad neta no será obligatoria para los productos alimenticios:

a) Que estén sujetos a pérdidas considerables de su volumen o de su masa y se vendan por unidades o se pesen ante el comprador.

b) Cuya cantidad neta sea inferior a 5 gramos o 5 mililitros. Esta excepción no se aplicará en el caso de especias y plantas aromáticas.

Las Reglamentaciones técnico-sanitarias o normas específicas podrán establecer a título excepcional y sin menoscabo de la información del comprador, umbrales superiores a los 5 gramos o a 5 mililitros.

Artículo 11. *Marcado de fechas.*

En el etiquetado de todo producto alimenticio figurará la fecha de duración mínima o, en su caso, la fecha de caducidad.

1. La fecha de duración mínima se expresará mediante las leyendas:

a) «Consumir preferentemente antes del ...» cuando la fecha incluya la indicación del día.

b) «Consumir preferentemente antes del fin de...», en los demás casos.

2. Las indicaciones previstas en el apartado 1 anterior, irán acompañadas:

a) Bien de la fecha misma.
b) Bien de la indicación del lugar en que figura en el etiquetado.

Si fuere preciso, estas indicaciones se completarán con la referencia a las condiciones de conservación que deben observarse para asegurar la duración indicada.
3. La fecha estará compuesta por la indicación clara y en orden del día, el mes y el año.
No obstante, en el caso de los productos alimenticios:

a) Cuya duración sea inferior a tres meses bastará indicar el día y el mes.
b) Cuya duración sea superior a tres meses, pero sin sobrepasar los dieciocho meses, bastará indicar el mes y el año.
c) Cuya duración sea superior a dieciocho meses, bastará indicar el año.

4. Sin perjuicio de las disposiciones comunitarias de directa aplicación o de las nacionales que incorporen la normativa comunitaria que impongan otras indicaciones de fecha, no precisarán indicar la fecha de duración mínima los productos siguientes:

a) Las frutas y las hortalizas frescas, incluidas las patatas que no hayan sido peladas, cortadas o sometidas a cualquier otro tratamiento similar. Esta excepción no se aplicará a las semillas germinantes y a productos similares como los brotes de leguminosas.
b) Los vinos, vinos generosos, vinos espumosos, vinos aromatizados y los productos similares obtenidos a partir de frutas distintas de la uva, así como las bebidas de los códigos NC 2206 00 31 00, 2206 00 51 00 y 2206 00 81 00 y elaboradas a partir de uva o de mosto de uva.
c) Las bebidas con una graduación de un 10 por 100 o más en volumen de alcohol.
d) Las bebidas refrescantes sin alcohol, jugos de frutas, néctares de frutas y bebidas alcohólicas en envases individuales de más de cinco litros destinados a distribuirse a las colectividades.
e) Los productos de panadería o repostería que por su naturaleza se consumen normalmente en el plazo de veinticuatro horas después de su fabricación.
f) Los vinagres.
g) La sal de cocina.
h) Los azúcares en estado sólido.
i) Los productos de confitería consistentes casi exclusivamente en azúcares aromatizados y/o coloreados.
j) Las gomas de mascar y los productos similares de mascar.
k) Las porciones individuales de helados.

5. En el caso de productos alimenticios microbiológicamente muy perecederos y que por ello puedan suponer un peligro inmediato para la salud humana después de un corto período de tiempo, la fecha de duración mínima se cambiará por la fecha de caducidad, expresada mediante la leyenda «fecha de caducidad», seguida de la misma fecha o de una referencia al lugar donde se indica la fecha en la etiqueta. Dichas informaciones se completarán con una descripción de las condiciones de conservación que habrán de respetarse.
La fecha consistirá en la indicación clara según este orden: día, mes y, eventualmente, año.

Artículo 12. *Lote.*

La indicación del lote se efectuará de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1808/1991, de 13 de diciembre, por el que se regulan las menciones o marcas que permiten identificar el lote al que pertenece un producto alimenticio.
No obstante lo anterior, cuando se trate de porciones individuales de helados, la indicación que permita identificar el lote debe figurar en los envases de varias unidades.

Artículo 13. *País de origen.*

En los productos procedentes de los Estados miembros de la Unión Europea, se deberá indicar el lugar de origen o procedencia solamente en los casos en que su omisión pudiera inducir a error al consumidor sobre el origen o procedencia real del producto alimenticio.

Los productos originarios de países no pertenecientes a la Unión Europea deberán indicar el lugar de origen o procedencia, sin perjuicio de lo dispuesto en los Tratados o Convenios internacionales sobre la materia que resulten de aplicación en España.

Artículo 14. *Pequeños envases.*

Cuando la cara mayor de los envases tenga una superficie inferior a 10 centímetros cuadrados solamente será obligatorio indicar la denominación del producto, la cantidad neta y el marcado de fechas.

Artículo 15. *Productos sin envasar.*

(Derogado)

Artículo 16. *Productos envasados por los titulares del comercio minorista.*

(Derogado)

CAPÍTULO V

Artículo 17. *Presentación de la información obligatoria.*

1. Cuando los productos alimenticios se presenten envasados, las indicaciones de la información obligatoria del etiquetado, previstas en el artículo 5, figurarán en el envase o en una etiqueta unida al mismo.

a) No obstante, sin perjuicio de las obligaciones relativas a las cantidades nominales, las menciones obligatorias del etiquetado podrán figurar solamente en documentos comerciales cuando se garantice que dichos documentos, con todas las menciones del etiquetado, acompañan a los productos alimenticios o se han enviado antes de la entrega o al mismo tiempo que ésta, siempre que los productos alimenticios envasados:

1.º Estén destinados al consumidor final, pero comercializados en una fase anterior a la venta al mismo y cuando en esta fase no se trate de la venta a una colectividad.

2.º Estén destinados a ser entregados a las colectividades para ser preparados, transformados, fragmentados o cortados en ellas.

b) En el caso de los productos contemplados en el apartado anterior, las menciones del etiquetado obligatorio relativas a la denominación de venta, marcado de fechas e identificación de la empresa figurarán también en el embalaje exterior en que se presentan dichos productos en el momento de su comercialización.

2. Será obligatorio que figuren en el mismo campo visual, salvo para los envases a que se refiere el artículo 14, las indicaciones relativas a:

a) Denominación de venta.
b) Cantidad neta.
c) Marcado de fechas.
d) Grado alcohólico, en su caso.

3. **(Derogado)**
4. **(Derogado)**
5. En todos los casos, las indicaciones obligatorias deberán ser fácilmente comprensibles e irán inscritas en un lugar destacado y de forma que sean fácilmente visibles, claramente legibles e indelebles. Estas indicaciones no deberán ser disimuladas, tapadas o separadas de ninguna forma por otras indicaciones o imágenes.
6. Sin perjuicio de lo establecido en los artículos 17.1.a) y 17.1.b), los productos alimenticios, en general, destinados a ser entregados al consumidor, deben suministrarse a

los minoristas debidamente envasados o acondicionados con la información obligatoria contemplada en el artículo 5, bien sobre el envase o en los documentos correspondientes que acompañen al producto.

Artículo 18. *Lengua en el etiquetado.*

Las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán, al menos, en la lengua española oficial del Estado.

Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación a los productos tradicionales elaborados y distribuidos exclusivamente en el ámbito de una Comunidad Autónoma con lengua oficial propia.

CAPÍTULO VI

Artículo 19. *Etiquetado facultativo.*

La información del etiquetado de los productos alimenticios podrá presentar cualquier mención adicional escrita, impresa o gráfica, siempre que no esté en contradicción con lo establecido en la presente Norma general.

ANEXO I

Categorías de ingredientes para los que la indicación de la categoría puede sustituir a la del nombre específico

Definición	Designación
Aceites refinados que no sean de oliva.	«Aceite», completada:
	– Bien por el calificativo, según el caso, «vegetal» o «animal».
	– Bien por la indicación del origen específico vegetal o animal.
	El calificativo «hidrogenado» deberá acompañar la mención de los aceites hidrogenados.
Grasas refinadas.	«Grasa», completada:
	– Bien por el calificativo, según el caso, «vegetal» o «animal».
	– Bien por la indicación del origen específico vegetal o animal.
	El calificativo «hidrogenada» deberá acompañar la mención de las grasas hidrogenadas.
Mezclas de harinas procedentes de dos o más especies de cereales.	«Harina» seguida de la enumeración de las especies de cereales de que proceda, por orden decreciente de peso.
Almidón/es y féculas nativos y almidones y féculas modificados por medios físicos o con enzimas.	«Almidón(es) «/» fécula(s)».
Cualquier especie de pescado, cuando el pescado constituya un ingrediente de otro producto alimenticio y siempre que la denominación y la presentación de dicho producto no se refieran a una especie precisa de pescado.	«Pescado».
Cualquier especie de queso, cuando el queso o una mezcla de quesos constituya un ingrediente de otro producto alimenticio y siempre que la denominación y la presentación de dicho producto no se refieran a una especie precisa de queso.	«Queso(s)».
Todas las especias y sus extractos cuyo peso no sea superior al 2 por 100 del peso del producto.	«Especia(s)» o «Mezcla de especias».
Todas las plantas o partes de plantas aromáticas cuyo peso no sea superior al 2 por 100 del peso del producto.	«Planta(s) aromática(s)» o «Mezcla de plantas aromáticas».
Todas las preparaciones de gomas utilizadas en la fabricación de la goma base para chicles.	«Goma base».
Pan rallado de cualquier origen.	«Pan rallado».
Todos los tipos de sacarosa.	«Azúcar».
Dextrosa anhidra o monohidratada.	«Dextrosa».
Jarabe de glucosa y jarabe de glucosa anhidra.	«Jarabe de glucosa».
Todas las proteínas de la leche (caseínas, caseinatos y proteínas del suero y del lactosuero) y sus mezclas.	«Proteínas de leche».
Manteca de cacao de presión «expeller» o refinada.	«Manteca de cacao».
(Suprimido)	**(Suprimido)**
(Suprimido)	**(Suprimido)**
Todos los tipos de vino, según la definición recogida en el Reglamento (CEE) número 822/87 del Consejo (1).	«Vino».

(1) DOCE L 84 de 27-3-1987. p. 1

Definición			Designación
Especies	Materia grasa – Porcentaje	Tejido conjuntivo (*) – Porcentaje	
Los músculos del esqueleto (2) de las especies de mamíferos y de aves reconocidas como aptas para el consumo humano con los tejidos naturalmente incluidos o adheridos a ellos, en los que los contenidos totales de materia grasa y tejido conjuntivo no superen los valores que figuran a continuación y cuando la carne constituya un ingrediente de otro producto alimenticio. Los productos cubiertos por la definición comunitaria de «carne separada mecánicamente» son excluidos de la presente definición.			«Carne(s) de» y el (los) nombre(s) de la(s) especie(s) animal(es) de la(s) que provenga(n).
Límites máximos de materia grasa y de tejido conjuntivo para los ingredientes designados por el término «carne(s) de».			
Mamíferos (excepto conejos y cerdos) y mezclas de especies con predominio de mamíferos	25	25	
Cerdos	30	25	
Aves y conejos	15	10	
(*) El contenido de tejido conjuntivo se calcula estableciendo una relación entre los contenidos de colágeno y de proteínas de carne. El contenido de colágeno es ocho veces el contenido de hidroxiprolina.			
Cuando se superen los límites máximos de materia grasa o tejido conjuntivo y se cumplan los demás criterios de definición de la «carne(s) de», el contenido de «carne(s) de» deberá ajustarse consecuentemente a la baja y la lista de ingredientes deberá mencionar, además de los términos «carne(s) de», la presencia de materia grasa y/o de tejido conjuntivo.			

(2) El diafragma y los maséteros forman parte de los músculos del esqueleto, mientras que quedan excluidos el corazón, la lengua, los músculos de la cabeza (distintos de los maséteros), del carpo, del tarso y de la cola.

ANEXO II

Categorías de ingredientes que deben designarse obligatoriamente con el nombre de su categoría seguido de sus nombres específicos o del número CE

Colorante.
Conservador.
Antioxidante.
Emulgente
Espesante
Gelificante.
Estabilizador.
Potenciador del sabor.
Acidulante.
Corrector de acidez.
Antiaglomerante.
Almidón modificado (1).
Edulcorante.
Gasificante.
Antiespumante.
Agente de recubrimiento.
Sales fundentes (2).
Agente de tratamiento de la harina.
Endurecedor.
Humectante.
Agente de carga.
Gas propulsor.

(1) No se exige indicación del nombre específico o del número CE.

(2) Únicamente cuando se trate de quesos fundidos y productos a base de queso fundido.

ANEXO III

Designación de los aromas en la lista de ingredientes

1. No obstante lo dispuesto en el apartado 2, los aromas serán designados por los siguientes términos:

– “aromas” o una designación o descripción más específica del aroma, si el componente aromatizante contiene aromas tal y como se definen en el artículo 3, apartado 2, letras b), c),

d), e), f), g) y h), del Reglamento (CE) n.º 1334/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, relativo a aromas y determinados ingredientes alimentarios con propiedades aromatizantes utilizados en los alimentos.

– "aroma(s) de humo" o "aroma(s) de humo producidos a partir de alimentos o categorías o fuentes de alimentos" [por ejemplo, aroma(s) de humo a partir de haya] si la parte aromatizante contiene aromas tal como se definen en el artículo 3, apartado 2, letra f), del Reglamento (CE) n.º 1334/2008 y confieren un sabor ahumado a los alimentos.

2. El término "natural" para describir los aromas se utilizará con arreglo a lo dispuesto en el artículo 16 del Reglamento (CE) n.º 1334/2008.

ANEXO IV

Lista de los productos alimenticios en cuyo etiquetado deberá figurar una o varias indicaciones obligatorias adicionales

Tipo o categoría de los productos alimenticios	Indicaciones
1. Productos alimenticios de duración prolongada gracias a la utilización de gases de envasado autorizados en aplicación del Real Decreto 1111/1991, de 12 de julio, por el que se modifica la Reglamentación técnico-sanitaria de aditivos alimentarios aprobada por el Real Decreto 3177/1983.	«Envasado en atmósfera protectora».
2. Productos alimenticios que contienen uno o varios de los edulcorante(s) autorizado(s) por el Real Decreto 2002/1995, de 7 de diciembre.	«Con edulcorante(s)». Esta mención acompañará a la denominación de venta.
3. Productos alimenticios que contienen a la vez uno o varios azúcar(es) añadido(s) y uno o varios de los edulcorante(s) autorizado(s) por el Real Decreto 2002/1995, de 7 de diciembre.	«Con azúcar(es) y edulcorante(s)». Esta mención acompañará a la denominación de venta.
4. Productos alimenticios que contienen aspartamo.	«Contiene una fuente de fenilalanina».
5. Productos alimenticios a los que se han incorporado polioles en una proporción superior al 10 por 100.	«Un consumo excesivo puede tener efectos laxantes».
6. Dulces o bebidas que contengan ácido glicirrícico o su sal amónica por adición de la sustancia o sustancias en sí, o de la planta del regaliz "Glycyrrhiza glabra", con una concentración superior o igual a 100 mg/kg o 10 mg/l.	Se añadirán las palabras "contiene regaliz" inmediatamente después de la lista de ingredientes, a menos que el término "regaliz" ya esté incluido en la lista de ingredientes o en el nombre con el que se comercializa el producto. A falta de una lista de ingredientes, la mención obligatoria se situará cerca del nombre con el que se comercializa el producto.
7. Dulces que contengan ácido glicirrícico o su sal amónica por adición de la sustancia o sustancias en sí, o de la planta de regaliz "Glycyrrhiza glabra", con una concentración superior o igual a 4 g/kg	Se añadirá el mensaje siguiente después de la lista de ingredientes: "contiene regaliz: las personas que padezcan hipertensión deberían evitar un consumo excesivo". A falta de una lista de ingredientes, la mención obligatoria se situará cerca del nombre con que se comercializa el producto.
8. Bebidas que contengan ácido glicirrícico o su sal amónica por adición de la sustancia o sustancias en sí o de la planta del regaliz "Glycyrrhiza glabra", con concentraciones superiores o iguales a 50 mg/l, o superiores o iguales a 300 mg/l en el caso de las bebidas que contengan más del 1,2 % en volumen de alcohol[1]	Se añadirá el mensaje siguiente después de la lista de ingredientes: "contiene regaliz: las personas que padezcan hipertensión deberán evitar un consumo excesivo". A falta de una lista de ingredientes, la mención obligatoria se situará cerca del nombre con el que se comercializa el producto.
[1] .El nivel máximo se aplicará a los productos tal como se presentan listos para su consumo o reconstituidos de acuerdo con las instrucciones de los fabricantes.	

ANEXO V

Ingredientes a los que hacen referencia los apartados 9 y 10 del artículo 7

1. Cereales que contengan gluten (es decir, trigo, centeno, cebada, avena, espelta, kamut o sus variedades híbridas) y productos derivados, salvo:

a) jarabes de glucosa a base de trigo, incluida la dextrosa[1];

b) maltodextrinas a base de trigo[1];

c) jarabes de glucosa a base de cebada;

d) cereales utilizados para hacer destilados o alcohol etílico de origen agrícola para bebidas alcohólicas.

2. Crustáceos y productos a base de crustáceos.

3. Huevos y productos a base de huevo.

4. Pescado y productos a base de pescado, salvo:

a) gelatina de pescado utilizada como soporte de vitaminas o preparados de carotenoides;

b) gelatina de pescado o ictiocola utilizada como clarificante en la cerveza y el vino.

5. Cacahuetes y productos a base de cacahuetes.

6. Soja y productos a base de soja, salvo:

a) aceite y grasa de semilla de soja totalmente refinados[1];

b) tocoferoles naturales mezclados (E306), d-alfa tocoferol natural, acetato de d-alfa tocoferol natural y succinato de d-alfa tocoferol natural derivados de la soja;

c) fitosteroles y esteres de fitosterol derivados de aceites vegetales de soja;

d) esteres de fitostanol derivados de fitosteroles de aceite de semilla de soja.

7. Leche y sus derivados (incluida la lactosa), salvo:

a) lactosuero utilizado para hacer destilados o alcohol etílico de origen agrícola para bebidas alcohólicas;

b) lactitol.

8. Frutos de cáscara, es decir, almendras (Amygdalus communis L.), avellanas (Corylus avellana), nueces (Juglans regia), anacardos (Anacardium occidentale), pacanas [Carya illinoensis (Wangenh.) K. Koch], castañas de Pará (Bertholletia excelsa), pistachos o alfóncigos (Pistacia vera), macadamias o nueces de Australia (Macadamia ternifolia) y productos derivados, salvo:

a) nueces utilizadas para hacer destilados o alcohol etílico de origen agrícola para bebidas alcohólicas.

9. Apio y productos derivados.

10. Mostaza y productos derivados.

11. Granos de sésamo y productos a base de granos de sésamo.

12. Dióxido de azufre y sulfitos en concentraciones superiores a 10 mg/kg o 10 mg/litro expresado como SO_2.

13. Altramuces y productos a base de altramuces.

14. Moluscos y productos a base de moluscos.

---

(1) Se aplica también a los productos derivados, en la medida en que sea improbable que los procesos a que se hayan sometido aumenten el nivel de alergenicidad determinado por la EFSA para el producto del que derivan

§ 27

Real Decreto 227/2014, de 4 de abril, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios

Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
«BOE» núm. 105, de 30 de abril de 2014
Última modificación: 2 de abril de 2025
Referencia: BOE-A-2014-4580

Téngase en cuenta que las referencias hechas a la "Agencia de Información y Control Alimentarios" se entenderán hechas a la "Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A", según establece la disposición adicional única del Real Decreto 368/2023, de 16 de mayo. Ref. BOE-A-2023-11643

La Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria crea, en su disposición adicional primera, la Agencia de Información y Control Alimentarios, con naturaleza jurídica de organismo autónomo y con los fines de controlar el cumplimiento de las medidas que la citada ley dispone y gestionar los sistemas de información de los mercados oleícolas (aceite de oliva y aceituna de mesa) y lácteos y aquellos otros alimentos que, por su importancia estratégica, determine el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente porque incidan significativamente en la producción y comercialización agraria y alimentaria.

La Agencia de Información y Control Alimentarios, procede de la modificación del organismo autónomo Agencia para el Aceite de Oliva, de la que es sucesora legal, conforme a los principios generales de funcionamiento de la Administración y a los criterios de austeridad en el gasto público. La Agencia de Información y Control Alimentarios asume además de las funciones que venía ejerciendo, aquellas nuevas relacionadas con el control del cumplimiento de lo dispuesto en dicha Ley.

Aprobada la modificación de la Agencia conforme al artículo 63.1 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, procede dotarla de su nuevo Estatuto al que se refiere el artículo 62 de esa misma ley, estableciendo su contenido y aprobación por Real Decreto del Consejo de Ministros. Dicho Estatuto deberá estar aprobado y publicado con carácter previo a la entrada en funcionamiento efectivo de la nueva Agencia, teniendo en cuenta que la entrada en vigor de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, por la que se creó, se producirá a los cinco meses de su publicación oficial.

En consecuencia, el presente real decreto establece las disposiciones estatutarias para la Agencia de Información y Control Alimentarios por las que se regirá su organización y funcionamiento para el ejercicio de las funciones que la Disposición adicional primera de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, vino a conferirla para la mejor consecución de sus fines. Dentro de los principios de austeridad en el gasto público, se adapta la composición de su

Consejo Asesor a los nuevos requerimientos de representación exigidos por la modificación operada en los fines de la misma.

Por otro lado, resulta necesario adaptar el Real Decreto 401/2012, de 17 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, al objeto de que recoja en el mismo la adscripción de la Agencia de Información y Control Alimentarios a la Secretaría General de Agricultura y Alimentación.

En su virtud, a iniciativa del Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a propuesta del Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 4 de abril de 2014,

DISPONGO:

Artículo único. *Aprobación del Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios.*

Se aprueba el Estatuto de la Agencia de Información y Control Alimentarios, cuyo texto se inserta a continuación.

Disposición adicional única. *No incremento del gasto público.*

La aplicación de lo dispuesto en el presente real decreto no implicará incremento del gasto público, siendo asumidas las funciones y los gastos que se originen por la reasignación de los recursos humanos y medios materiales destinados al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y sus organismos dependientes.

Disposición transitoria única. *Régimen transitorio de personal.*

Las unidades y puestos de trabajo con nivel orgánico inferior a subdirección general cuyas funciones correspondían a la Agencia para el Aceite de Oliva, continuarán subsistentes y seguirán percibiendo sus retribuciones con cargo a los créditos a los que venían imputándose hasta que se aprueben las relaciones de puestos de trabajo adaptadas a la estructura orgánica y funciones que se establecen en este decreto y se proceda a las correspondientes adaptaciones presupuestarias.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en este real decreto y, en particular, el Real Decreto 1065/1988, de 16 de septiembre, por el que se establece la estructura de la Agencia para el Aceite de Oliva.

Disposición final primera. *Modificación del Real Decreto 401/2012, de 17 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.*

Se modifica el Real Decreto 401/2012, de 17 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, de la forma que a continuación se indica.

Uno. El apartado 6 del artículo 7 se modifica y quedará redactado del siguiente modo:

> «6. Quedan adscritos al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación, el Fondo de Garantía Agraria (FEGA) y la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), con las funciones y estructuras actualmente vigentes.»

Dos. El apartado 6 del artículo 12 se modifica y quedará redactado del siguiente modo:

> «6. Queda adscrita al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Subsecretaría, la Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA), cuya presidencia corresponde al Subsecretario, con las funciones y estructura actualmente vigentes.»

Disposición final segunda. *Desarrollo y ejecución.*

Se autoriza al Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para dictar las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo de este real decreto.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación.

ESTATUTO DE LA AGENCIA DE INFORMACIÓN Y CONTROL ALIMENTARIOS

Artículo 1. *Naturaleza jurídica y adscripción.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O. A., creada por la disposición adicional primera de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, es un organismo autónomo de los previstos en el artículo 98 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y está adscrita al Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación.

2. La Agencia de Información y Control Alimentarios tiene personalidad jurídica pública diferenciada, con patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión y plena capacidad jurídica y de obrar y, dentro de la esfera de sus competencias, le corresponden las potestades administrativas necesarias para el cumplimiento de sus fines en los términos establecidos en este Estatuto.

3. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., se rige por la disposición adicional primera de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria; por la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público; por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; por la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria; por la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas; por las demás disposiciones que sean de aplicación a los organismos autónomos de la Administración General del Estado y por el presente Estatuto.

4. Corresponde al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a través de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación, la Presidencia del organismo, la dirección estratégica, la evaluación y el control de los resultados de su actividad, sin perjuicio de las competencias atribuidas a la Intervención General de la Administración del Estado en cuanto a la evaluación y control de los resultados de los organismos públicos integrantes del sector público.

5. La Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., estará sometida al control de eficacia y supervisión continua previsto en el artículo 85 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre. El control de eficacia será ejercido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Inspección de Servicios, y tendrá por objeto evaluar el cumplimiento de los objetivos propios de la actividad específica del organismo y la adecuada utilización de los recursos, de acuerdo con lo establecido en su plan de actuación y sus actualizaciones anuales, sin perjuicio del control que de acuerdo con la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, se ejerza por la Intervención General de la Administración del Estado.

Artículo 2. *Fines.*

1. En el marco de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, los fines generales de la Agencia de Información y Control Alimentarios son:

a) La gestión de los sistemas de información y control de los mercados oleícolas, lácteos, vinícolas y la de aquellos otros que se determinen reglamentariamente.

b) El control del cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

2. Se entenderá como sistemas de información de los mercados a los efectos de este real decreto toda información relevante de los distintos aspectos o parámetros de los mercados que sistemáticamente se recogen, ordenan y analizan por las distintas unidades competentes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en cumplimiento de sus obligaciones derivadas de la normativa en vigor. En el caso del sector oleícola, se considerará también como sistemas de información, seguimiento y análisis, el seguimiento y control de las existencias físicas, movimientos y cantidades comercializadas.

Artículo 3. *Funciones.*

Para el cumplimiento de los fines recogidos en el artículo anterior, la Agencia desarrollará las siguientes funciones:

a) Ejercer las competencias recogidas en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, como autoridad de ejecución nacional prevista en el artículo 28, sin perjuicio de las competencias de las autoridades de ejecución designadas por las comunidades autónomas.

b) Llevar a cabo las tareas necesarias como punto de contacto para la cooperación entre las autoridades de ejecución, así como con la Comisión Europea, en el ámbito de la Directiva (UE) 2019/633 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, relativa a las prácticas comerciales desleales en las relaciones entre empresas en la cadena de suministro agrícola y alimentario.

c) Establecer y desarrollar el régimen de control necesario para comprobar el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto. En este ámbito, se podrá comprobar la documentación contractual, mercantil, técnica, económica y, en su caso, de licitaciones y cualquier otra documentación que pueda servir para probar el incumplimiento de lo establecido en la Ley 12/2013, de 2 de agosto; así como el origen, destino y características de las materias primas, los productos y subproductos afectados, incluso mediante toma de muestras y determinaciones analíticas, en cualquier fase de la cadena alimentaria.

d) Realizar las comprobaciones que corresponda por posibles incumplimientos de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto y en particular ejercer las funciones previstas en el artículo 29 de la ley.

e) Iniciar de oficio, conforme al artículo 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, el procedimiento sancionador que corresponda por incumplimientos de lo dispuesto en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y, tras la correspondiente instrucción, resolver, en el supuesto previsto en el artículo 26.3.a) de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, o proponer a la autoridad competente la resolución que proceda o, en su caso, formular denuncia debidamente documentada ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

f) Trasladar a las autoridades de ejecución competentes los hechos sobre los presuntos incumplimientos detectados en las actuaciones de control, acompañando la documentación necesaria sobre los hechos constatados y su valoración técnica y jurídica, de conformidad con lo establecido en al artículo 26 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

g) Gestionar y mantener los sistemas de información de los mercados oleícolas (aceites de oliva y aceitunas de mesa), vinícolas y lácteos.

h) Iniciar e instruir, conforme a su propio régimen, los expedientes sancionadores por incumplimiento del pago de las aportaciones obligatorias a las organizaciones interprofesionales, reconocidas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en los productos o sectores a que se refiere el apartado g), formulando a las autoridades competentes las propuestas de resolución que correspondan.

i) Colaborar con el Observatorio de la Cadena Alimentaria en la realización de los trabajos, estudios e informes que, sobre los productos, mercados y sectores a que se refiere el apartado g), y que resulten necesarios para el ejercicio de las funciones que el Observatorio tiene encomendadas.

j) Colaborar con organizaciones sectoriales, de productores e interprofesionales relacionadas con los productos, mercados o sectores incluidos en el apartado g), en el ámbito exclusivo de sus funciones.

k) Establecer relaciones de colaboración con otros órganos de la Administración General del Estado y con las comunidades autónomas en materias de su competencia, sin menoscabo de las competencias de otros departamentos ministeriales.

l) Elaborar un informe anual de las actividades realizadas por la Agencia.

m) Realizar trabajos, estudios e informes en materias de su competencia, así como la difusión de los mismos.

n) Ejercer las acciones contempladas en el artículo 32.1, 1.ª a 4.ª, de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, cuando resulten afectados los intereses de operadores de la cadena alimentaria.

ñ) Gestión y mantenimiento del Registro de contratos alimentarios conforme al Real Decreto 1028/2022, de 20 de diciembre, por el que se desarrolla el Registro de Contratos Alimentarios.

o) Las demás funciones que se le atribuyan legal o reglamentariamente para el cumplimiento de sus fines.

Todas estas funciones serán desarrolladas por la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., sin menoscabo de las competencias de otros órganos directivos del departamento y de otros departamentos ministeriales u otras Administraciones públicas.

Artículo 4. *Órganos ejecutivo y consultivo de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A.*

1. El órgano ejecutivo de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., será el Director.

2. El órgano consultivo y de participación es el Consejo Asesor.

Artículo 5. *El Director.*

El Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., con rango de Subdirector General, es el órgano ejecutivo del Organismo y le corresponde ejercer las siguientes funciones:

a) Dirigir y representar a la Agencia, en los términos previstos en la legislación vigente.

b) Formular las propuestas de disposiciones en materias propias de la Agencia y participar en la elaboración de las que puedan afectar al organismo.

c) Dirigir y coordinar sus actividades, aprobar los planes de actuación y los procedimientos de trabajo para el mejor desarrollo de las funciones y el cumplimiento de los fines que la Agencia tiene encomendados.

d) **(Suprimida)**

e) Promover y difundir el informe anual de las actuaciones realizadas y de los resultados alcanzados.

f) Dirigir el personal y los servicios, formular la propuesta de la relación de puestos de trabajo y la de sus modificaciones, realizar los nombramientos y los ceses, evaluar el desempeño del personal y el funcionamiento de los servicios y aplicar el régimen disciplinario.

g) Acreditar a los inspectores y ordenar las inspecciones necesarias para el cumplimiento de los fines de la Agencia.

h) Formular el anteproyecto de presupuesto anual de gastos e ingresos de la Agencia y proponer las modificaciones precisas, aprobar los gastos y ordenar los pagos.

i) Ejercer sus funciones como órgano de contratación; celebrar toda clase de actos, contratos y convenios con entidades públicas o privadas, que sean necesarios para el cumplimiento de sus fines.

j) Aprobar las cuentas anuales del organismo y rendirlas al Tribunal de Cuentas por conducto de la Intervención General de la Administración General del Estado.

k) Difundir los resultados generados por el sistema de información de mercados.

l) El ejercicio de la potestad sancionadora en los casos y en los términos que atribuye a la Agencia la Ley 12/2013, de 2 de agosto. Con el fin de establecer la debida separación entre la fase instructora y la sancionadora en los procedimientos por infracciones recogidas en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, cuya resolución sea competencia del Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A.; corresponderá a éste, en todos los

casos, acordar la iniciación del procedimiento, así como la designación de una persona como órgano instructor del procedimiento sancionador, entre los funcionarios del Organismo Autónomo.

m) Desempeñar cuantas otras funciones le sean expresamente encomendadas o delegadas por norma legal o reglamentaria.

n) Colaborar con el Observatorio de la Cadena Alimentaria en la realización de los trabajos, estudios e informes.

ñ) Dictar los actos de gestión para la recaudación de los importes de las sanciones que se impongan por infracciones tipificadas en la Ley 12/2013, de 2 de agosto, que sean competencia de la Agencia.

o) Resolver los expedientes sancionadores, en los supuestos contemplados en el artículo 26 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

p) Acordar la declaración de confidencialidad de la información obrante en los expedientes sancionadores, cuando sea preciso para garantizar la protección del denunciante, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, y cuando deban ser declarados confidenciales los secretos comerciales de otros interesados o terceros, así como de cualquier otra información confidencial que pudiera figurar en el expediente.

q) Convocar y presidir las reuniones del Comité de cooperación de las autoridades de ejecución previsto en el apartado 4 del artículo 28 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

Artículo 6. *El Consejo Asesor.*

1. El Consejo Asesor es el órgano consultivo y de participación de la Agencia, en el que se integran representantes de la Administración General del Estado, de las Comunidades Autónomas, de la producción y la transformación de los sectores alimentarios que estén interesados y de la distribución y los consumidores. El número máximo de miembros será de sesenta.

2. El Consejo Asesor estará constituido por los siguientes miembros:

a) El Presidente, el Secretario General de Agricultura y Alimentación.

b) El Vicepresidente, el Director General de la Industria Alimentaria, que en caso de vacante, ausencia o enfermedad, será sustituido por el Director de la Agencia.

c) Los siguientes Vocales:

– El Director de la Agencia.

– Cinco representantes, con rango de Subdirector General, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a propuesta del Subsecretario, Secretario General de Pesca; del Director General de Producciones y Mercados Agrarios; del Presidente del FEGA y del Director General de la Industria Alimentaria, respectivamente.

– Dos representantes, con rango de Subdirector General, del Ministerio de Economía y Competitividad.

– Un representante, con rango de Subdirector General, del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

– Un representante, con rango de Subdirector General, de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN).

– Un representante de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia.

– Un representante de la autoridad de ejecución designada por cada comunidad autónoma, que podrá ser su titular o el suplente que hubiera designado.

– Nueve representantes de las organizaciones de ámbito estatal de las industrias de alimentación y bebidas, entre los cuales se asegurará la presencia de las organizaciones que representen los intereses de los diferentes tipos de operadores industriales de los sectores o mercados a que hace referencia la letra g) del artículo 3 de este Estatuto.

– Un vocal por cada una de las organizaciones profesionales agrarias declaradas más representativas en el ámbito estatal, entre los cuales se asegurará la presencia de las organizaciones que representen los intereses de los sectores o mercados a que hace referencia la letra g) del artículo 3 de este estatuto.

– Tres representantes de las cooperativas agroalimentarias, entre los cuales se asegurará la presencia de las organizaciones que representen los intereses de los sectores o mercados a que hace referencia la letra g) del artículo 3 de este Estatuto.

– Seis representantes de las asociaciones de ámbito estatal de la distribución alimentaria, mayorista y minorista.

– Dos representantes del Consejo de Consumidores y Usuarios.

d) El Secretario del Consejo Asesor, un funcionario de la Agencia que a los efectos designará el Director. Actuará, con voz pero sin voto.

3. Los Vocales serán designados por el Presidente, a propuesta de aquellos a quienes vayan a representar.

4. A las sesiones del Consejo Asesor podrán asistir para informar o asesorar sobre asuntos determinados, aquellos funcionarios, asociaciones o expertos independientes que sean convocados. Podrán asistir como invitados a las reuniones del Consejo Asesor las organizaciones interprofesionales láctea, del aceite de oliva, de la aceituna de mesa, del vino y la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.

5. Corresponde al Consejo Asesor:

a) Ser informado de los planes de actuación de la Agencia, de su ejecución y de los resultados alcanzados, así como de los medios de que disponga para realizarlos.

b) Ser informado de la marcha del Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

c) Conocer el informe anual de actuaciones de la Agencia con carácter previo a su difusión.

d) **(Suprimida)**

e) Conocer e informar los asuntos que el Presidente someta a su consideración.

6. El Consejo Asesor se reunirá en pleno, al menos, una vez al año. En su seno podrán constituirse grupos de trabajo, especializados o sectoriales, que, presididos y convocados por el Director de la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., se reunirán cuando sea necesario. En todo caso, para los grupos de trabajo sectoriales (aceite de oliva, aceituna de mesa, lácteo y vinícola) se garantizará la presencia de todas las asociaciones representativas de los intereses de cada sector. El número máximo de miembros de cada uno de los grupos de trabajo, incluyendo a los expertos independientes e invitados, será de 30.

7. El funcionamiento del Consejo Asesor no supondrá incremento del gasto público y será atendido con los medios materiales y de personal existentes en la Secretaría General de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

8. Los gastos en concepto de indemnizaciones por razón del servicio, dietas y desplazamientos que se originen por la participación de reuniones de los integrantes e invitados del Consejo Asesor serán por cuenta de las respectivas Administraciones de origen y de las organizaciones a las que representan.

9. En su funcionamiento y régimen de acuerdos, el Consejo Asesor se regirá por lo dispuesto para los órganos colegiados en la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

Artículo 7. *Estructura básica.*

1. La Agencia de Información y Control Alimentarios, para desarrollar las funciones encomendadas, contará con las unidades que se establezcan en la relación de puestos de trabajo del organismo.

El nivel de estas unidades, que dependerán del Director de la Agencia, será el que se establezca en la relación de puestos de trabajo del organismo.

2. La Intervención Delegada se adscribe al Director de la Agencia sin perjuicio de la dependencia orgánica y funcional de la Intervención General del Estado, de acuerdo con su normativa específica.

3. La Abogacía del Estado se adscribe al Director de la Agencia, sin perjuicio de su dependencia orgánica y funcional de la Abogacía General del Estado, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 52/1997, de 27 de noviembre, de Asistencia Jurídica al Estado e Instituciones Públicas.

Artículo 8. *Régimen de personal.*

El personal funcionario y laboral de la Agencia se regirá por la normativa sobre función pública y legislación laboral aplicable al resto del personal de la Administración General del Estado.

Para la provisión de puestos de trabajo mediante el sistema de libre designación se actuará según el Acuerdo del Consejo de Ministros de 9 de diciembre de 2020, por el que se aprueba el III Plan para la igualdad de género en la Administración General del Estado y en los Organismos Públicos vinculados o dependientes de ella, o el que se encuentre en vigor en el momento de la convocatoria.

Los funcionarios de la Agencia de Información y Control Alimentarios que estén debidamente acreditados por su Director, realizarán las inspecciones a las entidades y operadores que les ordene, en aplicación de la Disposición adicional primera de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, para cuyo ejercicio contarán con las facultades que en ella se les confiere.

Artículo 9. *Recursos económicos y patrimonio.*

1. Los bienes y medios económicos de la Agencia de Información y Control Alimentarios son los siguientes:

a) Los bienes y valores que constituyan su patrimonio, así como los productos y rentas del mismo.

b) Las transferencias y subvenciones que anualmente se consignen en los presupuestos Generales del Estado.

c) Las tasas, los ingresos de derecho público o privado que le correspondan y, en particular, los que procedan del desarrollo de las actividades relacionadas con las funciones de la Agencia, incluido el importe de las sanciones que se impongan por el Director de la Agencia por infracciones en materia de contratación alimentaria, en el ejercicio de la competencia recogida en el artículo 26 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto.

d) Las subvenciones, remanentes, aportaciones voluntarias o donaciones que se hagan a su favor por personas o entidades privadas.

e) Cualquier otro recurso económico, ordinario o extraordinario, que esté legalmente autorizado a percibir.

2. El régimen económico patrimonial será el establecido en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

Artículo 10. *Régimen de contratación.*

El régimen jurídico aplicable a la contratación en la Agencia de Información y Control Alimentarios, O.A., será el establecido para las Administraciones Públicas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre.

Artículo 11. *Régimen económico-financiero.*

El régimen presupuestario, económico-financiero, de control interno y contabilidad será el establecido en la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

La Agencia de información y Control Alimentarios estará sometida al control interno de su gestión económica-financiera, que llevará a cabo la Intervención General de la Administración del Estado, a través de la Intervención Delegada que existirá en la citada Agencia.

Artículo 12. *Impugnación y reclamaciones contra los actos de la Agencia.*

Los actos y resoluciones del Director de la Agencia no ponen fin a la vía administrativa, salvo en materia de personal, y contra los mismos se podrá interponer recurso de alzada ante el Secretario General de Agricultura y Alimentación.

§ 28

Real Decreto 781/2013, de 11 de octubre, por el que se establecen normas relativas a la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana

Ministerio de la Presidencia
«BOE» núm. 245, de 12 de octubre de 2013
Última modificación: 4 de octubre de 2023
Referencia: BOE-A-2013-10611

La Directiva 2001/112/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001, relativa a los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana, fue incorporada al ordenamiento jurídico nacional mediante el Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria de zumos de frutas y de otros productos similares, destinados a la alimentación humana.

Esta Directiva 2001/112/CE, de 20 de diciembre, ha sido objeto de sucesivas modificaciones, una de ellas por la Directiva 2009/106/CE de la Comisión, de 14 de agosto de 2009, que se dictó teniendo en cuenta la evolución de las normas internacionales pertinentes, en particular, la Norma General del Codex para Zumos (jugos) y Néctares de Frutas (Codex Stan 247-2005), y que fue transpuesta al ordenamiento jurídico nacional mediante Real Decreto 462/2011, de 1 de abril; otra, por la Directiva 2010/33/UE de la Comisión, de 21 de mayo de 2010, que corrige la versión española de la Directiva 2001/112/CE del Consejo, de 20 de diciembre.

La Directiva 2012/12/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de abril de 2012, por la que se modifica la Directiva 2001/112/CE del Consejo relativa a los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana, se ha dictado con los objetivos de adaptar al progreso técnico las normas sobre elaboración, composición y etiquetado de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana, tener en cuenta la evolución de las normas internacionales pertinentes, establecer nuevos requisitos de composición para los zumos de frutas, modificar las disposiciones específicas sobre etiquetado de la Directiva 2001/112/CE, de 20 de diciembre, e informar adecuadamente a los consumidores. La transposición de la Directiva 2012/12/UE, de 19 de abril, requeriría la modificación de la mayor parte del contenido del Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto.

No obstante, en aras de la seguridad jurídica, se ha considerado conveniente elaborar el presente real decreto, con el objetivo de transponer la Directiva 2012/12/UE, de 19 de abril, y codificar las disposiciones vigentes en España, en aplicación de la Directiva 2001/112/CE, de 20 de diciembre. En consecuencia, procede derogar el Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto.

Dado el carácter marcadamente técnico de los requisitos regulados en la presente disposición y la necesidad de establecer un marco normativo unitario, que sea de aplicación

a todo el territorio nacional y asegure un tratamiento uniforme a todos los productores, el instrumento idóneo para establecerlos es el real decreto.

En el proceso de tramitación de este real decreto, han sido consultadas las comunidades autónomas y las entidades representativas de los sectores afectados, habiendo emitido informe favorable la Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y de la Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 11 de octubre de 2013,

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*

1. El objeto de esta norma es regular la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana.

2. Los productos definidos en los Anexos I.A y I.B están sometidos a la legislación aplicable a los alimentos, salvo disposición en contrario de este real decreto.

3. Esta norma se aplicará a los productos definidos en los Anexos I.A y I.B que se comercialicen en la Unión Europea con arreglo al Reglamento (CE) Nº 178/2002, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

Artículo 2. *Disposiciones específicas sobre etiquetado, presentación y publicidad.*

Sin perjuicio de los requisitos de etiquetado, presentación y publicidad, establecidos para los productos alimenticios, a los productos definidos en el Anexo I.A, les serán de aplicación las condiciones siguientes:

1. Las denominaciones que fija el Anexo I.A se reservarán a los productos que figuran en él y, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo siguiente, deberán utilizarse para designarlos comercialmente.

Como alternativa a estos nombres de producto, en el Anexo III se incluye una lista de denominaciones particulares que podrán utilizarse en la lengua y en las condiciones especificadas en el citado anexo III.

2. Cuando el producto proceda de una sola especie de fruta, la palabra «fruta» se sustituirá por el nombre de la misma.

3. En el caso de los productos elaborados a partir de dos o más frutas, excepto cuando se utilice zumo de limón, de lima, o de ambos, en las condiciones estipuladas en el anexo I.B.2, la denominación se compondrá de una lista de las frutas utilizadas, en orden decreciente según el volumen de los zumos o purés de frutas incluidos, tal como se indique en la lista de ingredientes. No obstante, en el caso de los productos elaborados a partir de tres o más frutas, la indicación de las frutas empleadas podrá sustituirse por la mención «varias frutas» o una indicación similar, o por el número de frutas utilizadas.

4. La reconstitución de los productos definidos en el anexo I.A en su estado original por medio de las sustancias estrictamente necesarias para esta operación no supone la obligación de mencionar en el etiquetado la lista de los ingredientes utilizados con tal fin.

Deberá indicarse en el etiquetado la incorporación al zumo de frutas de una cantidad añadida de pulpa o de células conforme se definen en el anexo II.

5. En el caso de mezclas de zumo de fruta y de zumo de fruta a partir de concentrado, y en el caso de néctar de frutas obtenido total o parcialmente a partir de uno o más productos concentrados, el etiquetado deberá incluir la indicación «a partir de concentrado(s)» o «parcialmente a partir de concentrado(s)», según proceda. Esta indicación deberá figurar junto a la denominación de venta, en caracteres claramente visibles y que destaquen del fondo con nitidez.

6. En el caso del néctar de frutas, el etiquetado deberá incluir la indicación del contenido mínimo de zumo de frutas, de puré de frutas o de mezcla de estos ingredientes, mediante los términos «contenido de fruta: mínimo … %». Esta mención deberá figurar en el mismo campo visual que la denominación de venta.

Artículo 3. *Etiquetado de los zumos de frutas concentrados no destinados al consumidor final.*

En el etiquetado de los zumos de frutas concentrados contemplados en el Anexo I.A.2, no destinados al consumidor final, deberá figurar una mención que indique la presencia y la cantidad de zumo de limón, zumo de lima o agentes acidificantes añadidos autorizados por el Reglamento (CE) Nº 1333/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre aditivos alimentarios. Esta indicación figurará en uno de los lugares siguientes:

a) En el envase,
b) En una etiqueta unida al envase, o
c) En un documento que lo acompañe.

Artículo 4. *Materias primas, ingredientes, tratamientos y sustancias autorizados.*

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Reglamento (CE) Nº 1333/2008, de 16 de diciembre, en la fabricación de los productos definidos en el anexo I.A, sólo podrán utilizarse los tratamientos y sustancias enumerados en el anexo I.B y las materias primas que sean conformes al anexo II. Además, los néctares de frutas se ajustarán a lo dispuesto en el anexo IV.

Disposición transitoria única. *Comercialización de existencias de productos.*

Los productos comercializados o etiquetados antes del 28 de octubre de 2013 con arreglo al Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación técnico- sanitaria de zumos de frutas y de otros productos similares, destinados a la alimentación humana, podrán seguir comercializándose hasta el 28 de abril de 2015.

La declaración «a partir del 28 de abril de 2015 ningún zumo de frutas contendrá azúcares añadidos» podrá figurar en la etiqueta, en el mismo campo visual que la denominación de los productos contemplados en el anexo I.A, puntos 1 a 5, hasta el 28 de octubre de 2016.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Se deroga el Real Decreto 1050/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria de zumos de frutas y de otros productos similares, destinados a la alimentación humana.

Disposición final primera. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en los artículos 149.1.13ª y 149.1.16ª de la Constitución Española, que atribuyen al Estado la competencia exclusiva sobre bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica y sobre bases y coordinación general de la sanidad, respectivamente.

Disposición final segunda. *Incorporación de derecho de la Unión Europea.*

Este real decreto incorpora al derecho nacional la Directiva 2012/12/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de abril de 2012, por la que se modifica la Directiva 2001/112/CE del Consejo relativa a los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el 28 de octubre de 2013.

ANEXO I.A

Denominaciones, definiciones y características de los productos

1. Zumo de frutas: el producto susceptible de fermentación, pero no fermentado, obtenido a partir de las partes comestibles de frutas sanas y maduras, frescas o conservadas por refrigeración o congelación, de una o varias especies mezcladas, que posea el color, el aroma y el sabor característicos del zumo de la fruta de la que procede.

Se podrán reincorporar al zumo el aroma, la pulpa y las células obtenidos por los medios físicos apropiados que procedan de la misma especie de fruta.

En el caso de los cítricos, el zumo de frutas procederá del endocarpio. No obstante, el zumo de lima podrá obtenerse a partir del fruto entero.

Cuando los zumos se obtengan a partir de frutas que incluyan pepitas, semillas y pieles, no se incorporarán en el zumo partes o componentes de las pepitas, las semillas o la piel. La presente disposición no se aplicará a los casos en que las partes o los componentes de las pepitas, las semillas o la piel no puedan eliminarse mediante las buenas prácticas de fabricación.

Se autoriza la mezcla de zumos de frutas y de puré de frutas en la producción del zumo de frutas.

2. Zumo de frutas a partir de concentrado: el producto obtenido al reconstituir zumo de frutas concentrado definido en el punto 3 con agua potable que cumpla los criterios establecidos en el Real Decreto 140/2003, de 7 de febrero, por el que se establecen los criterios sanitarios de la calidad del agua de consumo humano.

El contenido de sólidos solubles del producto acabado debe satisfacer el valor mínimo de grados Brix para el zumo reconstituido, especificado en el anexo V.

Si un zumo a partir de concentrado se elabora con una fruta no mencionada en el anexo V, el nivel mínimo de grados Brix del zumo reconstituido corresponderá al nivel de grados Brix del zumo extraído de la fruta utilizada para elaborar el concentrado.

Se podrán reincorporar al zumo de frutas a partir de concentrado el aroma, la pulpa y las células obtenidos por los medios físicos apropiados que procedan de la misma especie de fruta.

El zumo de frutas a partir de concentrado se preparará según procesos de fabricación apropiados que mantengan las características físicas, químicas, organolépticas y nutricionales esenciales de un tipo medio de zumo de la fruta de la que procede.

La mezcla de zumos de frutas y/o de zumos de frutas concentrados y de puré de frutas y/o de puré de frutas concentrado está autorizada para la producción de zumo de frutas a partir de concentrado.

3. Zumo de frutas concentrado: El producto obtenido a partir de zumo de una o varias especies de fruta por eliminación física de una parte determinada del agua. Cuando el producto esté destinado al consumo directo, la eliminación de agua será de al menos un 50 %.

Se podrán reincorporar al zumo de frutas concentrado el aroma, la pulpa y las células obtenidos por los medios físicos apropiados que procedan de la misma especie de fruta.

4. Zumo de fruta extraído con agua: el producto obtenido por difusión en agua de:

a) fruta pulposa entera cuyo zumo no puede extraerse por procedimientos físicos, o
b) fruta entera deshidratada.

5. Zumo de frutas deshidratado/en polvo: el producto obtenido a partir de zumo de una o varias especies de fruta por eliminación física de la práctica totalidad del agua.

6. Néctar de frutas: el producto susceptible de fermentación, pero no fermentado que:

a) se obtenga por adición de agua con o sin adición de azúcares y/o de miel a los productos definidos en los puntos 1 a 5, al puré de frutas, y/o al puré de frutas concentrado, y/o a una mezcla de estos productos, y
b) sea conforme al anexo IV.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Reglamento (CE) Nº 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos, en el caso de la fabricación de néctares de frutas sin azúcares añadidos o con valor energético reducido, los azúcares se

podrán sustituir total o parcialmente por edulcorantes, de conformidad con el Reglamento (CE) Nº 1333/2008, de 16 de diciembre.

Se podrán reincorporar al néctar de frutas el aroma, la pulpa y las células obtenidos por los medios físicos apropiados que procedan de la misma especie de fruta.

ANEXO I.B

Ingredientes, tratamientos y sustancias autorizados

1. Composición.

La especie correspondiente al nombre botánico que figura en el anexo V se utilizará en la preparación de zumos de frutas, purés de frutas y néctares de frutas que lleven la denominación del producto correspondiente a la fruta o el nombre común del producto. Para las frutas de especies que no figuran en el anexo V, se utilizará el nombre botánico o común correcto.

El nivel Brix para el zumo de frutas será el valor del zumo tal como se extrae de la fruta y no podrá modificarse, excepto si se mezcla con el zumo de una fruta de la misma especie.

El nivel mínimo de grados Brix se establece en el anexo V para el zumo de frutas reconstituido y el puré de frutas reconstituido excluye los sólidos solubles de todo ingrediente o aditivo que haya podido añadirse en su caso.

2. Ingredientes autorizados.

A los productos contemplados en el anexo I.A, sólo se les podrán añadir los siguientes ingredientes:

a) Vitaminas y minerales autorizados por el Reglamento (CE) Nº 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, sobre la adición de vitaminas, minerales y otras sustancias determinadas a los alimentos.

b) Aditivos alimentarios autorizados por el Reglamento (CE) Nº 1333/2008, de 16 de diciembre.

Y, además:

a) A los zumos de frutas, los zumos de frutas a partir de concentrado y los zumos de frutas concentrados: los aromas, las pulpas y las células restituidos.

b) Al zumo de uva: sales de ácidos tartáricos restituidas.

c) A los néctares de fruta: aromas, pulpas y células restituidos; azúcares y/o miel en una cantidad no superior al 20 % en peso respecto al peso total de los productos acabados, y/o edulcorantes.

Solamente podrá declararse que no se han añadido azúcares a un néctar de frutas, así como efectuarse cualquier otra declaración que pueda tener el mismo significado para el consumidor, si no se ha añadido al producto ningún monosacárido ni disacárido, ni ningún alimento utilizado por sus propiedades edulcorantes, incluidos los edulcorantes definidos en el Reglamento (CE) Nº 1333/2008, de 16 de diciembre. Si los azúcares están naturalmente presentes en los néctares de frutas, en el etiquetado deberá figurar asimismo la siguiente indicación: «contiene azúcares naturalmente presentes».

d) A los productos contemplados punto 1, punto 2.a), punto 3, punto 5, segundo párrafo, y punto 8 del Anexo III: azúcares y/o miel.

e) A los productos definidos en el anexo I.A, puntos 1 a 6, con el fin de corregir el sabor ácido: zumo de limón y/o de zumo de lima y/o de zumo concentrado de limón y/o de zumo concentrado de lima, en una cantidad no superior a 3 gramos por litro de zumo, expresada en ácido cítrico anhidro.

f) Al zumo de tomate y al zumo de tomate a partir de concentrado: sal, especias y hierbas aromáticas.

3. Tratamientos y sustancias autorizados.

A los productos contemplados en el anexo I.A solo se les podrán aplicar los tratamientos siguientes y añadir las sustancias siguientes:

a) Procedimientos mecánicos de extracción,

b) Los procedimientos físicos habituales, incluida la extracción (difusión) de agua «in line» de la parte comestible de fruta distinta de las uvas para la elaboración de zumos de fruta concentrados, siempre que los zumos de fruta resultantes cumplan los requisitos del anexo I.A, punto 1.

c) Para los zumos de uva en los que se haya efectuado la sulfitación de las uvas mediante dióxido de azufre, se permite la desulfitación por procedimientos físicos, siempre que la cantidad total de SO_2 presente en el producto acabado no supere los 10 mg/l.

d) a l) **(Derogadas)**

ANEXO II

Definiciones de las materias primas

A efectos del presente Real Decreto, se aplicarán las siguientes definiciones:

1. Frutas: todas las frutas.

A efectos del presente real decreto, los tomates también se consideran una fruta.

La fruta estará en buen estado, debidamente madura, y fresca o conservada mediante procedimientos físicos o por tratamientos, incluidos los tratamientos posteriores a la cosecha aplicados de conformidad con la legislación de la Unión.

2. Puré de frutas: el producto susceptible de fermentación, pero no fermentado, obtenido mediante procedimientos físicos adecuados, por ejemplo tamizando, triturando o desmenuzando la parte comestible de frutas enteras o peladas sin eliminar el zumo.

3. Puré de frutas concentrado: el producto obtenido a partir del puré de frutas por eliminación física de una proporción determinada del agua que lo constituye.

El puré de frutas concentrado podrá contener aromas reconstituidos mediante procedimientos físicos apropiados, definidos en el anexo I.B.3, que deberán proceder de la misma especie de fruta.

4. Aroma: Sin perjuicio de lo dispuesto en el Reglamento(CE) Nº 1334/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2008, sobre los aromas y determinados ingredientes alimentarios con propiedades aromatizantes utilizados en los alimentos, los aromas para la reconstitución se obtienen durante la transformación de la fruta mediante procedimientos físicos apropiados. Estos procedimientos físicos se pueden utilizar con el fin de preservar, conservar o estabilizar la calidad del aroma e incluirán el prensado, la extracción, la destilación, el filtrado, la adsorción, la evaporación, el fraccionamiento y la concentración.

El aroma se obtiene a partir de las partes comestibles de la fruta; no obstante, también puede obtenerse a partir del aceite de presión en frío de cáscaras de cítricos y de compuestos de huesos de frutas.

5. Azúcares.

a) Los azúcares definidos en el Real Decreto 1052/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria sobre determinados azúcares destinados a la alimentación humana.

b) El jarabe de fructosa,

c) Los azúcares obtenidos de frutas.

6. Miel. El producto definido en el Real Decreto 1049/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la Norma de calidad relativa a la miel.

7. Pulpa o células. Los productos obtenidos de la parte comestible de fruta de la misma especie sin eliminar el zumo. Además, en lo referente a los cítricos, la pulpa y las células son los sacos de zumo obtenidos del endocarpio.

ANEXO III

Denominaciones particulares de determinados productos enumerados en el anexo I

1. «Vruchtendrank», para el néctar de frutas;
2. «Süßmost». La denominación «Süßmost» solo se podrá emplear juntamente con las denominaciones de venta «Fruchtsaft» o «Fruchtnektar» para:

a) El néctar de frutas obtenido exclusivamente a base de zumos de frutas, de zumos de frutas concentrados o de una mezcla de estos dos productos, no consumibles en estado natural en razón de su elevada acidez natural,
b) El zumo de fruta obtenido a partir de manzanas o de peras, cuando proceda con adición de manzanas, pero sin azúcares añadidos;

3. «Succo e polpa» o «sumo e polpa», para el néctar de frutas obtenido exclusivamente a partir de puré de frutas y/o de puré de frutas concentrado;
4. «Æblemost», para el zumo de manzana sin adición de azúcar;
5. «Sur … saft», completado mediante la indicación, en lengua danesa, de la fruta empleada, para el zumo sin adición de azúcares obtenido a partir de grosellas negras, cerezas, grosellas rojas, grosellas blancas, frambuesas, fresas o granos de saúco,
«Sød … saft» o «sødet … saft», completado mediante la indicación, en lengua danesa, de la fruta empleada, para el zumo de esta misma fruta, con adición de más de 200 gramos de azúcar por litro;
6. «Äpplemust», para el zumo de manzana sin adición de azúcar;
7. «Mosto», sinónimo de zumo de uva;
8. «Smiltsērkšķu sula ar cukuru» o «astelpaju mahl suhkruga» o «słodzony sok z rokitnika», para zumos obtenidos a partir de «seabuckthorn» con un máximo de 140 gramos de azúcar añadida por litro.

ANEXO IV

Disposiciones particulares aplicables a los néctares de frutas

Néctares de frutas a partir de	Contenido mínimo de zumo y/o de puré (% del volumen de producto acabado)
I. *Frutas de zumo ácido no consumibles en estado natural*	
Fruto de la pasión	25
Hierba mora de Quito	25
Grosellas negras	25
Grosellas blancas	25
Grosellas rojas	25
Grosellas silvestres	30
«Seabuckthorn»	25
Endrinas	30
Ciruelas	30
Ciruelas silvestres	30
Serbas	30
Agavanzas	40
Cerezas ácidas	35
Otras cerezas	40
Arándanos o mirtilos	40
Granos de saúco	50
Frambuesas	40
Albaricoques	40
Fresas	40
Moras	40
Arándanos rojos	30
Membrillos	50
Limones y limas	25
Otras frutas que pertenezcan a esta categoría	25
II. *Frutas pobres en ácido o con mucha pulpa o muy aromatizadas, con zumo no consumible en estado natural*	

Néctares de frutas a partir de	Contenido mínimo de zumo y/o de puré (% del volumen de producto acabado)
Mangos	25
Plátanos	25
Guayabas	25
Papayas	25
Lichis	25
Acerolas	25
Guanábanas	25
Corazón de buey o cachimán	25
Chirimoyas	25
Granadas	25
Anacardos	25
Cajas	25
Imbu	25
Otras frutas que pertenezcan a esta categoría	25
III. *Frutas de zumo consumible en estado natural*	
Manzanas	50
Peras	50
Melocotones	50
Cítricos, salvo limones y limas	50
Piñas	50
Tomates	50
Otras frutas que pertenezcan a esta categoría	50

ANEXO V

Niveles mínimos de grados Brix para el zumo de frutas reconstituido y el puré de frutas reconstituido

Nombre común de la fruta	Nombre botánico	Niveles mínimos de grados Brix
Manzana (*)	*Malus domestica* Borkh.	11,2
Albaricoque (**)	*Prunus armeniaca* L.	11,2
Plátano (**)	*Musa x paradisiaca* L. (con exclusión de los plátanos hortaliza).	21,0
Grosella negra (*)	*Ribes nigrum* L.	11,0
Uva (*)	*Vitis vinifera* L. o sus híbridos *Vitis labrusca* L. o sus híbridos.	15,9
Pomelo (*)	*Citrus x paradisi* Macfad.	10,0
Guayaba (**)	*Psidium guajava* L.	8,5
Limón (*)	*Citrus limon* (L.) Burm. f.	8,0
Mango (**)	*Mangifera indica* L.	13,5
Naranja (*)	*Citrus sinensis* (L.) Osbeck.	11,2
Fruto de la pasión (*)	*Passiflora edulis* Sims.	12,0
Melocotón (**)	*Prunus persica* (L.) Batsch var. persica.	10,0
Pera (**)	*Pyrus communis* L.	11,9
Piña (*)	*Ananas comosus* (L.) Merr.	12,8
Frambuesa (*)	*Rubus idaeus* L.	7,0
Cereza agria (*)	*Prunus cerasus* L.	13,5
Fresa (*)	*Fragaria x ananassa* Duch.	7,0
Tomate (*)	*Lycopersicon esculentum* Mill.	5,0
Mandarina (*)	*Citrus reticulata* Blanco.	11,2
En el caso de los productos marcados con un asterisco (*), producidos como zumos, se determinará una densidad relativa mínima en relación con el agua a 20/20 °C. En el caso de los productos marcados con dos asteriscos (**), producidos como purés, solamente se determinará un valor mínimo Brix sin corregir (sin corrección de la acidez).		

§ 29

Ley Orgánica 14/1995, de 22 de diciembre, de publicidad electoral en emisoras de televisión local por ondas terrestres

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 309, de 27 de diciembre de 1995
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-1995-27706

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley Orgánica:

PREÁMBULO

En consonancia con lo ya dispuesto en las Leyes Orgánicas 2/1988, de 3 de mayo, y 10/1991, de 8 de abril, reguladoras respectivamente de la publicidad electoral en emisoras de televisión privada y en emisoras municipales de radiodifusión sonora, la presente Ley Orgánica establece igualmente la prohibición general de contratar espacios de publicidad electoral en las emisoras de televisión local por ondas terrestres cualquiera que sea el modo por el que aquéllas se gestionen.

Sin embargo, siguiendo los mismos principios de la segunda de las Leyes Orgánicas antes citadas, se permite la inserción gratuita de espacios de propaganda electoral en las emisoras de televisión local por ondas terrestres gestionadas directamente por los Ayuntamientos, en beneficio de los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurran a las elecciones municipales en aquellas circunscripciones en las que aquéllos presenten candidaturas, excluyéndose la posibilidad de insertar estos espacios gratuitos de propaganda electoral en las campañas electorales distintas de las municipales en las que sería especialmente complicado aplicar los criterios de proporcionalidad en el reparto de dichos espacios al poder éstos ser difundidos por un gran número de emisoras de televisión local.

Artículo único.

1. No podrán contratarse espacios de publicidad electoral en las emisoras de televisión local por ondas terrestres.

2. No obstante, los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurran a las elecciones municipales tendrán derecho durante la campaña electoral a espacios gratuitos de propaganda en las emisoras gestionadas por los Ayuntamientos de aquellas circunscripciones donde presenten candidaturas. Los criterios aplicables de distribución y

emisión de estos espacios serán los establecidos en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

Estas emisoras no distribuirán espacios gratuitos de propaganda electoral en elecciones distintas a las municipales.

3. El respeto al pluralismo y a los valores de igualdad en los programas difundidos durante los períodos electorales por las emisoras de televisión local por ondas terrestres, cualquiera que sea la forma de su gestión, quedarán garantizados por las Juntas Electorales en los términos previstos en la legislación electoral para los medios de comunicación de titularidad pública.

Disposición adicional única.

La prohibición de contratar espacios de publicidad electoral determinada en el número 1 del artículo único, así como la exigencia del respeto al pluralismo político y a los valores de igualdad en los programas difundidos durante los períodos electorales establecida en su número 3, serán igualmente aplicables a los operadores del servicio de telecomunicaciones por cable.

Disposición final única.

Esta Ley Orgánica entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 30

Ley Orgánica 10/1991, de 8 de abril, de publicidad electoral en emisoras municipales de radiodifusión sonora

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 85, de 9 de abril de 1991
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-1991-8478

JUAN CARLOS I,

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley Orgánica:

EXPOSICION DE MOTIVOS

De acuerdo con el mandato constitucional y siguiendo los preceptos legislativos en la materia, resulta necesario establecer en una Ley con rango de Orgánica el tratamiento publicitario electoral en un medio de comunicación social de titularidad pública como son las emisoras de radio municipales.

En tal sentido se ha observado similar criterio al contemplado en la Ley Orgánica 2/1988, de 3 de mayo, reguladora de la Publicidad Electoral en Emisoras de Televisión Privada.

Con el fin de evitar la distorsión que podría producirse en el desarrollo de las diversas campañas electorales, y en especial en las de carácter general y autonómico, al producirse una multitud de mensajes publicitarios insertados en un número considerable de emisoras de radiodifusión local, a las que sería muy difícil aplicar los criterios de proporcionalidad en el reparto de espacios gratuitos de propaganda electoral que se regula en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, la inserción gratuita de estos espacios se reserva exclusivamente para las campañas de ámbito municipal.

Articulo único.

1. No pueden contratarse espacios de publicidad electoral en las emisoras de radiodifusión sonora de titularidad municipal.

2. Los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurran a elecciones municipales tendrán derecho durante la campaña electoral a espacios gratuitos de propaganda en las emisoras de titularidad municipal de aquellas circunscripciones donde presenten candidaturas. Los criterios aplicables de distribución y emisión son los establecidos en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

3. Las emisoras de radiodifusión sonora de titularidad municipal no distribuirán espacios gratuitos para propaganda electoral en las elecciones distintas de las municipales.

4. El respeto al pluralismo y a los valores de igualdad en los programas difundidos durante los períodos electorales por las emisoras de radiodifusión sonora de titularidad municipal quedará garantizado por las Juntas Electorales correspondientes, en los términos previstos en la legislación electoral para los medios de comunicación de titularidad pública.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente Ley Orgánica entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 31

Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 312, de 30 de diciembre de 2005
Última modificación: 9 de mayo de 2023
Referencia: BOE-A-2005-21524

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El artículo 97 de la Constitución atribuye al Gobierno funciones políticas y ejecutivas, un binomio que tiene su reflejo en toda acción de gobierno y que se proyecta, también, sobre la relación comunicativa que en un sistema democrático existe entre gobernantes y gobernados.

El Gobierno es, indudablemente, sujeto y objeto de información y valoración política; pero, en cuanto responsable último de la Administración General del Estado y en razón, precisamente, de la función ejecutiva que constitucionalmente se le encomienda, es emisor de una serie de mensajes dirigidos a los ciudadanos que se engloban bajo la denominación genérica de campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

La dualidad entre la naturaleza política y ejecutiva de la acción gubernamental debe mantenerse en esferas comunicativas separadas. La valoración, el juicio y la información de carácter político tienen sus propios cauces y no deben mezclarse con la actividad comunicativa que, ordenada y orientada a la difusión de un mensaje común, emprende la Administración para dar a conocer a los ciudadanos los servicios que presta y las actividades que desarrolla. Debe ser un principio fundamental de la actividad comunicativa del Gobierno, a través de campañas institucionales, desligar la opinión política de la información veraz y neutral sobre sus políticas públicas. La publicidad y comunicación institucional deben estar al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitar el ejercicio de sus derechos y promover el cumplimiento de sus deberes, y no deben perseguir objetivos inadecuados al buen uso de los fondos públicos.

La eficacia en la acción comunicativa de los poderes públicos en la sociedad contemporánea requiere, además, que aquellas soluciones que ya ha hecho suyas la sociedad de la información se habiliten como parte de los recursos informativos de las Administraciones públicas y se incorporen las técnicas que permiten difundir con eficiencia

mensajes de interés para los ciudadanos y los colectivos en que se integran. El propósito de la Ley es que toda la información llegue a todos los ciudadanos. Para ello, se ordena la utilización de medios, soportes o formatos que, por un lado, aseguren el acceso a la información de las personas con discapacidad y, por otro, atendiendo a criterios objetivos, garanticen mejor la difusión de los mensajes.

La Ley regula el contenido de los mensajes difundidos a través de campañas de publicidad y de comunicación, dispone garantías frente a aquellas que incumplan sus mandatos y establece mecanismos de planificación, coordinación y control de la actividad de publicidad y de comunicación institucional que desarrolla la Administración General del Estado.

Asimismo, la Ley tiene como objetivos prioritarios garantizar la utilidad pública, la profesionalización, la transparencia y la lealtad institucional en el desarrollo de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

La utilidad pública como objetivo de estas campañas implica la erradicación de aquellas que tengan como finalidad ensalzar la labor del Gobierno. Se garantiza así que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos, que son los ciudadanos, y no a quien las promueve. Además, la Ley otorga prioridad a este objetivo ampliando el número de receptores potenciales incorporando previsiones tendentes a garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad y edad avanzada a los contenidos de la publicidad institucional que se realicen y difundan en soporte audiovisual y la pluralidad lingüística de las campañas.

El segundo objetivo pasa por profesionalizar la planificación, ejecución y evaluación de las campañas, para asegurar el máximo aprovechamiento de los recursos públicos.

Con el tercer objetivo se fortalece la transparencia de las campañas, mediante la habilitación de fórmulas que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades que le están adscritas.

Finalmente, el cuarto objetivo implica velar por la lealtad institucional; con este fin, se prohíben las campañas destinadas a denostar la actividad de otras Administraciones en el uso legítimo de sus competencias.

Teniendo en cuenta la duración en que se desarrollan habitualmente las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, la eficacia de la garantía de los intereses y derechos de los ciudadanos precisa de un sistema ágil de control. Con este fin se articula un procedimiento administrativo de carácter especial y sumario que permite a los ciudadanos solicitar la cesación o la rectificación de la actividad contraria a las prohibiciones dispuestas por la Ley. Se atribuye a una Comisión de publicidad y comunicación institucional, adscrita al Ministerio de la Presidencia, la competencia para conocer de este tipo de solicitudes.

La realización de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación debe responder a los principios de eficacia, transparencia, austeridad y eficiencia, para lo cual se crean fórmulas orgánicas y de actuación administrativa que aseguren la coordinación entre los distintos departamentos ministeriales. Se ordena, en fin, la elaboración de un informe anual en el que se incluirán todas las campañas contratadas por la Administración General del Estado y la relación de los adjudicatarios de los contratos celebrados, que será remitido a las Cortes Generales.

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto y ámbito de la Ley.*

1. Esta Ley establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal, enumeradas en el artículo 2.1 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

2. Esta Ley no será de aplicación a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que desarrollen los sujetos enumerados en el apartado anterior en el cumplimiento de los fines que les son propios.

3. Quedan excluidos de la aplicación de esta Ley todas las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

Artículo 2. *Definición de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.*

A los efectos de esta Ley, se considerará:

a) campaña institucional de publicidad, toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada por alguno de los sujetos enunciados en el artículo 1.

b) campaña institucional de comunicación, la que, utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias, sea contratada por alguno de los sujetos enunciados en el artículo 1 para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

Artículo 3. *Requisitos de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.*

1. Solo se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación cuando tengan alguno de los siguientes objetivos:

a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales.

b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.

c) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.

d) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.

e) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.

f) Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.

g) Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.

h) Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras.

i) Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España.

j) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

2. Las campañas institucionales de publicidad y de comunicación se desarrollarán exclusivamente cuando concurran razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias.

3. Las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad.

4. Las campañas institucionales se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

Artículo 4. *Prohibiciones.*

1. No se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación:

a) Que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos mencionados en el artículo 1 de esta Ley.

b) Que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.

c) Que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales.

d) Que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

2. Los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social.

3. No se podrán difundir campañas institucionales de publicidad que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.

Artículo 5. *Accesibilidad a las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.*

1. Se garantizará el acceso a la información a las personas con discapacidad.

2. En concreto, las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado contarán con subtitulado, interpretación en lengua de signos y audiodescripción, y promoverán los formatos que aseguren la accesibilidad cognitiva.

3. Estas prestaciones de accesibilidad universal se atendrán a las respectivas normas técnicas que resulten de aplicación y serán obligatorias para las campañas emitidas desde el 1 de enero de 2024.

Artículo 6. *Fomento de soportes respetuosos con el medio ambiente.*

Se otorgará preferencia a los soportes que, sin merma de la eficacia de la campaña, sean más respetuosos con el medio ambiente.

Artículo 7. *Garantías.*

1. Sin perjuicio de las vías de recurso previstas en el ordenamiento, cualquier persona física o jurídica afectada en sus derechos o intereses legítimos podrá solicitar la cesación inmediata o la rectificación de aquellas campañas que incurran en alguna de las prohibiciones contenidas en esta Ley.

Podrán además solicitarlo, sin necesidad de acreditar un derecho o interés legítimo, aquellas entidades jurídicas que tengan por objeto o finalidad velar por el respeto de los valores y principios consagrados por esta Ley.

2. Los interesados podrán solicitar la cesación o rectificación ante la Comisión de publicidad y comunicación institucional por razón de la infracción de los artículos 3.2 y 4. La cesación podrá ser solicitada desde el comienzo hasta el fin de la actividad publicitaria. La rectificación podrá solicitarse desde el inicio de la actividad publicitaria hasta siete días después de finalizada la misma.

3. La Comisión de publicidad y comunicación institucional resolverá en un plazo máximo de seis días. Su resolución, que será ejecutiva, pondrá fin a la vía administrativa. Si la resolución estimara la solicitud de cesación, el órgano anunciante procederá inmediatamente a dicha cesación. Si la resolución estimara una solicitud de rectificación, el órgano anunciante deberá proceder a la rectificación dentro de los siete días siguientes de dictada dicha resolución.

4. Como medida cautelar, a petición del interesado, la Comisión podrá ordenar la suspensión provisional de la campaña, siempre que se aprecien indicios de infracción manifiesta de los artículos 3.2 y 4. El plazo máximo para resolver la suspensión provisional será de tres días.

5. Durante el curso del procedimiento, la Comisión de publicidad y comunicación institucional podrá recabar de las entidades afectadas cuanta información estime necesaria para su resolución.

Artículo 8. *Contratos.*

1. Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se adjudicarán con arreglo a su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y concurrencia, y atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la

eficacia prevista del plan de medios. Estos mismos criterios objetivos deberán ser observados por los contratistas en los supuestos de subcontratación.

2. **(Derogado)**

Artículo 9. *Lenguas.*

En las campañas institucionales se empleará el castellano y, además, atendiendo al ámbito territorial de difusión, las lenguas cooficiales de las comunidades autónomas respetándose la legislación de la respectiva comunidad autónoma sobre uso de lenguas oficiales.

Si fuera necesario, por razón de la finalidad de dichas actividades o su ámbito de difusión, se podrán utilizar lenguas extranjeras.

Artículo 10. *Procesos electorales y de referéndum.*

Las campañas institucionales reguladas en esta Ley y realizadas durante un proceso electoral o de referéndum se sujetarán, además, a la normativa especial prevista en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, y en la Ley Orgánica 2/1980, de 18 de enero, sobre regulación de las distintas modalidades de referéndum.

Sin perjuicio de lo previsto en el párrafo anterior, los poderes públicos y las entidades a los que se refiere el artículo 1 de esta Ley, se abstendrán de realizar campañas institucionales en período electoral, entendiendo por tal el lapso temporal comprendido entre la convocatoria de elecciones y el día mismo de la votación, con las siguientes excepciones:

a) Las expresamente previstas en la normativa electoral en relación con la información a los ciudadanos sobre la inscripción en las listas del censo electoral o las demás previstas en el artículo 50.1 de la LOREG.

b) Las que puedan resultar imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el correcto desenvolvimiento de los servicios públicos.

CAPÍTULO II

Planificación y ejecución de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación

Artículo 11. *Comisión de publicidad y de comunicación institucional.*

Para la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado se crea la Comisión de publicidad y comunicación institucional.

La Comisión, adscrita al Ministerio de la Presidencia, incluirá representantes de todos los departamentos ministeriales con rango, al menos, de Subdirector General. Asimismo, podrán integrarse en ella representantes de las entidades públicas enumeradas en los párrafos b) a h) del artículo 2.1 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria, en los términos y supuestos que reglamentariamente se determinen.

En el seno de la Comisión se creará un Comité de recursos encargado de resolver las reclamaciones a que se refiere el artículo 7.

Reglamentariamente se determinará la composición, organización y funcionamiento de la Comisión.

Artículo 12. *Plan anual de publicidad y comunicación institucional.*

La Comisión de publicidad y comunicación institucional elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de todos los ministerios, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a esta.

En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas.

El Plan anual de publicidad y comunicación institucional será aprobado por el Consejo de Ministros.

Artículo 13. *Campañas no previstas en el plan anual.*

Excepcionalmente y cuando, por motivos sobrevenidos, deban realizarse campañas institucionales de publicidad y de comunicación no previstas en el Plan anual de publicidad y comunicación institucional, la entidad que promueva o controle la campaña lo comunicará en los términos que reglamentariamente se determinen, a la Comisión de publicidad y comunicación institucional. Estas campañas deberán ajustarse en todos los casos a lo dispuesto en la presente Ley.

Artículo 14. *Informe anual de publicidad y comunicación.*

El Gobierno elaborará un informe anual de publicidad y de comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales previstas en esta Ley, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

Este informe se remitirá a las Cortes Generales en el primer periodo de sesiones de cada año y será puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.

Artículo 15. *Imagen institucional de la Administración General del Estado.*

Las campañas institucionales de publicidad y de comunicación se adaptarán a las disposiciones reguladoras de la imagen institucional de la Administración General del Estado que les sean de aplicación.

Disposición adicional única.

(Derogada).

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan o contradigan lo dispuesto en esta Ley.

Disposición final primera. *Desarrollo reglamentario.*

El Gobierno dictará en el plazo de seis meses las normas reglamentarias que sean precisas para el desarrollo de esta Ley.

En su elaboración se dará audiencia al Consejo Nacional de la Discapacidad.

Disposición final segunda.

El artículo 4 de esta Ley tiene el carácter de legislación básica en virtud de lo previsto en el artículo 149.1.18 de la Constitución Española.

§ 32

Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado

Ministerio de la Presidencia
«BOE» núm. 214, de 7 de septiembre de 2006
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2006-15575

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, estableció el marco normativo en el que se deben desarrollar las campañas institucionales promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal, determinando a tal efecto requisitos y prohibiciones.

En dicha ley se crea la Comisión de publicidad y comunicación institucional, a la que corresponde la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación en este ámbito. En su seno funcionará un Comité de recursos, encargado de resolver las reclamaciones contra campañas que incurran en alguna de las prohibiciones establecidas en la ley. La Comisión elaborará el Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado, de conformidad con las propuestas de los distintos departamentos ministeriales, que será objeto de aprobación por el Consejo de Ministros. De acuerdo con el artículo 11 de la norma legal, la composición, organización y funcionamiento de la Comisión se desarrollarán reglamentariamente.

En su virtud, a propuesta de la Vicepresidenta Primera del Gobierno y Ministra de la Presidencia, con la aprobación previa del Ministro de Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 25 de agosto de 2006,

D I S P O N G O :

Artículo 1. *Objeto.*

El presente real decreto tiene por objeto determinar la composición, organización y funciones de la Comisión de publicidad y comunicación institucional, así como el contenido y aprobación del Plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado.

TÍTULO I

Comisión de publicidad y comunicación institucional

Artículo 2. *Naturaleza y adscripción de la Comisión.*

La Comisión de publicidad y comunicación institucional es un órgano colegiado interministerial, adscrito al Ministerio de la Presidencia a través de la Secretaría de Estado de Comunicación, encargado de la planificación, la asistencia técnica, la evaluación y la coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado y de las demás entidades integrantes del sector público estatal.

Artículo 3. *Organización.*

Para el cumplimiento de sus fines, la Comisión se estructura en los siguientes órganos:

El Pleno de la Comisión.
La Comisión Ejecutiva.
El Comité de recursos.

Artículo 4. *Composición del Pleno de la Comisión.*

1. La Comisión está compuesta por los siguientes miembros:

a) Presidente: La Vicepresidenta Primera del Gobierno y Ministra de la Presidencia, que podrá delegar sus funciones en los Vicepresidentes.
b) Vicepresidentes:

Vicepresidente Primero: El Secretario de Estado de Comunicación.
Vicepresidente Segundo: El Subsecretario de la Presidencia.

Los Vicepresidentes sustituirán al Presidente, por el orden en que aparecen mencionados, en caso de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa legal.
c) Vocales: Los titulares de la Secretaría General Técnica del Ministerio de la Presidencia y de la Dirección General de Coordinación Informativa de la Secretaría de Estado de Comunicación, un representante de la Secretaría de Estado de Comunicación y un representante de cada uno de los restantes departamentos ministeriales, todos ellos con rango, al menos, de Subdirector General o asimilado. Los vocales representarán institucionalmente a su respectivo ministerio y a los organismos y entidades adscritos a este. No obstante, podrán acudir a las reuniones, con voz pero sin voto, representantes de dichos organismos o entidades cuando los asuntos a tratar les afecten directamente.
Sin perjuicio de lo anterior, en los casos de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa justificada, los vocales podrán hacerse representar, en las mismas condiciones, por los titulares de puestos de trabajo, con rango al menos de Subdirector General, que pertenezcan a sus respectivos Ministerios o a sus organismos o entidades adscritos.
d) Secretario: La Secretaría de la Comisión, con el rango que se establezca en la relación de puestos de trabajo del Ministerio de la Presidencia, se encargará del apoyo técnico y administrativo a la Comisión, su Comisión Ejecutiva y el Comité de recursos. Su titular ejercerá las funciones de Secretario en dichos órganos.

2. La Comisión podrá constituir grupos de trabajo especializados con los cometidos que aquélla le delegue de manera expresa.
3. Cuando la naturaleza de los asuntos a tratar así lo requiera, el Presidente podrá convocar a las reuniones de la Comisión, exclusivamente a título informativo, a otros representantes de la Administración General del Estado.

Artículo 5. *Funciones de la Comisión.*

Corresponde a la Comisión de publicidad y comunicación institucional:

a) Informar los proyectos de normas generales que afecten a la publicidad y comunicación institucional.

b) La coordinación, impulso y establecimiento de criterios para la política de comunicación institucional.

c) Elaborar, para su posterior aprobación por el Consejo de Ministros, los pliegos de cláusulas administrativas generales para las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado y de las demás entidades integrantes del sector público estatal.

d) Elaborar, para su posterior aprobación por el Consejo de Ministros, el proyecto de Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado, a partir de las propuestas recibidas de todos los departamentos ministeriales.

e) Elaborar, para su elevación al Consejo de Ministros, el proyecto de Informe anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado.

f) Elegir, entre sus miembros, los vocales de la Comisión Ejecutiva y del Comité de recursos y prever su suplencia.

Artículo 6. *Comisión Ejecutiva.*

1. Existirá una Comisión Ejecutiva encargada de preparar los asuntos en los que haya de intervenir la Comisión en pleno, así como de todas aquellas funciones que ésta le encomiende o delegue. En particular, le corresponde la evaluación e informe del Plan anual de publicidad y comunicación, para su sometimiento al Pleno de la Comisión.

2. La Comisión Ejecutiva tendrá la siguiente composición:

a) Presidente: El Vicepresidente primero de la Comisión, que podrá delegar sus funciones en el Vicepresidente.

b) Vicepresidente: El Vicepresidente segundo de la Comisión, que sustituirá al Presidente en caso de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa legal.

c) Vocales: Los titulares de la Secretaría General Técnica del Ministerio de la Presidencia y de la Dirección General de Coordinación Informativa de la Secretaría de Estado de Comunicación y cinco vocales elegidos por la Comisión entre sus miembros. Así mismo la Comisión podrá prever la suplencia de los vocales elegidos.

3. El Presidente de la Comisión Ejecutiva, para el ejercicio de las funciones que corresponde a esta Comisión, podrá recabar el asesoramiento, informe y colaboración de los Servicios de Comunicación de los Departamentos ministeriales.

Artículo 7. *Comité de recursos.*

1. El Comité de recursos de la Comisión de publicidad y comunicación institucional, encargado de resolver las reclamaciones a que se refiere el artículo 7 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, tendrá la siguiente composición:

a) Presidente: El Vicepresidente segundo de la Comisión, que podrá delegar sus funciones en los Vicepresidentes.

b) Vicepresidentes: Los titulares de la Secretaría General Técnica del Ministerio de la Presidencia y de la Dirección General de Coordinación Informativa de la Secretaría de Estado de Comunicación, que sustituirán al Presidente, por el orden en que aparecen mencionados, en caso de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa legal.

c) Vocales: Cuatro vocales de la Comisión de publicidad y comunicación institucional, elegidos por acuerdo de ésta.

La Comisión elegirá cuatro suplentes, estableciendo el orden de sustitución, para cubrir la abstención de los vocales titulares en caso de que la campaña objeto de la reclamación haya sido promovida por el departamento al que representen, o por sus organismos o entidades adscritos.

2. Asistirá, con voz pero sin voto, el representante en la Comisión del departamento que promueva o controle la campaña objeto de recurso, acompañado, en su caso, de un representante del organismo o entidad adscrito directamente afectado.

Artículo 8. *Asesoramiento.*

Además de la asistencia que puedan prestarles otros órganos administrativos, cuando la naturaleza o complejidad de los asuntos a tratar así lo requiera, la Comisión, su Comisión Ejecutiva y el Comité de recursos podrán solicitar, a través de sus respectivos Presidentes, los asesoramientos externos que resulten precisos.

Artículo 9. *Funcionamiento.*

Sin perjuicio de las peculiaridades previstas en este real decreto, el funcionamiento de la Comisión, de su Comisión Ejecutiva y del Comité de recursos se ajustará a lo establecido en el capítulo II del título II de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 10. *Medios personales y materiales.*

1. Los miembros de la Comisión, de su Comisión Ejecutiva y del Comité de recursos, salvo su Secretario, no percibirán retribución alguna por el ejercicio de sus funciones, salvo, en su caso, las compensaciones que les correspondan en aplicación de lo previsto en el Real Decreto 462/2002, de 24 de mayo, sobre indemnizaciones por razón del servicio.
2. El Ministerio de la Presidencia proveerá, en el marco de sus competencias, los medios que estime necesarios para el funcionamiento de dichos órganos.

TÍTULO II

Plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado

Artículo 11. *Elaboración, contenido y aprobación del Plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado.*

1. El Plan anual de publicidad y comunicación institucional integrará todas las campañas institucionales que, cualquiera sea su duración, prevea desarrollar a lo largo del ejercicio la Administración General del Estado y los organismos y entidades adscritos a ésta.
No se incluirán en este Plan las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que desarrollen los sujetos citados en cumplimientos de los fines que les son propios.
2. El proyecto de Plan será elaborado, de conformidad con las respectivas propuestas departamentales, por la Comisión de publicidad y comunicación institucional, y elevado por el titular del Ministerio de la Presidencia para su aprobación por el Consejo de Ministros durante el mes de enero de cada ejercicio.
Cada una de las iniciativas departamentales integrará, junto a las del propio departamento, las de los organismos y entidades a él adscritos.
3. El Plan anual contendrá, como mínimo, las siguientes menciones en relación con cada una de las campañas previstas:

a) Objetivo de la campaña.
b) Coste previsible.
c) Período de ejecución.
d) Herramientas de comunicación a utilizar.
e) Sentido y destinatarios de los mensajes.
f) Organismos y entidades afectados.
g) Medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

4. Excepcionalmente, cuando por motivos sobrevenidos deban realizarse campañas institucionales de publicidad y comunicación no previstas en el Plan anual, el órgano o entidad que promueva o controle la campaña habrá de recabar la autorización del titular del departamento de pertenencia o adscripción, previa comunicación a la Comisión. El ministro dará cuenta posteriormente de la autorización concedida al Consejo de Ministros.
En la comunicación a la Comisión, la entidad que promueva o controle la campaña hará constar todas las previsiones recogidas en el apartado anterior.

Disposición final primera. *Modificaciones presupuestarias.*

Por el Ministerio de Economía y Hacienda se realizarán las modificaciones presupuestarias y habilitaciones de créditos precisas para el cumplimiento de lo previsto en este real decreto.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

§ 33

Real Decreto 401/1979, de 13 de febrero, por el que se regulan las denominaciones y la publicidad de los Centros docentes no estatales

Ministerio de Educación y Ciencia
«BOE» núm. 58, de 8 de marzo de 1979
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-1979-7044

El presente Real Decreto viene a regular una materia de gran importancia, relativa a las denominaciones de los Centros docentes no estatales y a la publicidad educativa de los mismos.

La necesidad de evitar confusiones en torno a las denominaciones de los Centros docentes trata de superarse en esta disposición mediante la distinción entre denominación genérica y denominación específica. La primera no es mas que la calificación que el Centro merece según la legislación vigente en atención al nivel educativo, grado, ciclo o modalidad de enseñanza que imparta, lo que supone una indicación sumaria de las actividades docentes que el Centro desarrolla, y, por tanto, insuficiente para identificar al Centro en su propia individualidad; la segunda es la que tiene virtud diferenciadora respecto de otros Centros incluidos en la misma clase o denominación genérica: es el elemento diferenciador que el titular del Centro elige precisamente con la finalidad de resaltar su propia identidad.

El tratamiento de las denominaciones se regula en este Real Decreto a través del principio de obligatoriedad, si bien sólo referido a los Centros docentes que requieren autorización administrativa, es decir, a los Centros que imparten actividades propias del sistema educativo, tal y como están reguladas en el titulo I de la Ley catorce/mil novecientos setenta, de cuatro de agosto, General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa. Se excluye, pues, expresamente, por lo que a la denominación se refiere, a aquellos Centros que, aun teniendo actividades educativas en un sentido amplio, no inciden en el campo de las enseñanzas regladas y, en consecuencia, quedan fuera del sistema educativo regulado por la Ley.

Por otra parte, y por lo que respecta a las denominaciones específicas, se ha eludido toda regulación sustantiva de las mismas. La razón estriba en que las mismas son objeto de derechos privativos patrimoniales, constituyen propiedades especiales y se rigen por la normativa propia que representa el Estatuto de la Propiedad Industrial. De ahí que la Administración educativa acepte en principio la denominación específica presentada, dejando a salvo el mejor derecho de tercero. Por ello, las reclamaciones de terceros deberán fundarse en la prioridad del derecho, reconocida por el Registro de la Propiedad Industrial o por sentencia firme de los Tribunales competentes.

El presente Real Decreto regula también la publicidad educativa. Aunque debe reconocerse que la publicidad efectuada por los Centros docentes privados viene en general ajustándose a los principios rectores del Estatuto de la Publicidad, es preciso prevenir el riesgo de una publicidad incorrecta o fraudulenta sobre las características y prestaciones de

los Centros. Por ello, se ha estimado necesario desarrollar las normas establecidas con carácter general en el artículo quinto del vigente Estatuto de la Publicidad, refiriéndolas al campo concreto de la prestación de servicios educativos.

El nervio central de la regulación que se pretende consiste en el reconocimiento del principio de libre publicidad. Se ha renunciado así a la autorización previa de los requisitos formales que debe reunir la publicidad educativa, sancionándose sólo a posteriori el incumplimiento de dichas condiciones y siempre dentro de un estricto respeto a la legalidad formal que exige que la cuantía de las multas impuestas no exceda de la prevista por el Código Penal para las faltas.

Especial relevancia presentan los supuestos de publicidad ilícita. El presente Real Decreto se limita a tipificar los casos más frecuentes, tal y como la experiencia ha ido poniendo de manifiesto, y remite la potestad sancionadora a las autoridades competentes que determina el Estatuto de la Publicidad. Por otra parte, se prevé la posibilidad de rectificar la publicidad ilícita, previo requerimiento al interesado, so pena de suspensión inmediata de la misma.

Por ultimo, se establece una estrecha relación entre la denominación del Centro y su publicidad, exigencia lógica habida cuenta de que la mención del Centro es consustancial con su actividad publicitaria, en la medida en que la finalidad de ésta es precisamente promocionar los servicios educativos del Centro.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Educación y Ciencia, previo informe del Consejo Nacional de Educación, de conformidad con el dictamen del Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día trece de febrero de mil novecientos setenta y nueve.

DISPONGO

I. Ámbito de aplicación

Artículo primero.

Uno. Las denominaciones de los Centros docentes no estatales sometidos al principio de autorización administrativa por estar reguladas sus enseñanzas en el titulo I de la Ley General de Educación, se regirán por lo dispuesto en el presente Real Decreto, sin perjuicio, en todo caso, de lo establecido en la legislación vigente de propiedad industrial.

Dos. Toda actividad publicitaria relativa a Centros docentes no estatales, necesiten o no autorización administrativa, esta sujeta al estatuto de publicidad, a lo dispuesto en el presente Real Decreto y a sus normas complementarias.

II. De las denominaciones

Disposiciones generales

Artículo segundo.

Por denominación de un Centro se entenderá la genérica que legalmente le corresponde en atención al nivel educativo, grado, ciclo o modalidad de enseñanza que imparta, más la específica que lo individualice.

Artículo tercero.

Uno. Todos los Centros docentes no estatales para cuya apertura y funcionamiento sea necesaria la autorización del Ministerio de Educación y Ciencia tendrán la denominación genérica propia de la calificación académica correspondiente a las enseñanzas que impartan.

Dos. En el caso de Centros de Bachillerato o de Formación Profesional de Segundo Grado, la denominación genérica incluirá también su carácter de Centros libres, habilitados y homologados, de acuerdo con la clasificación que reglamentariamente hayan obtenido.

Tres. Los Colegios Universitarios y las Escuelas Universitarias no estatales completaran su denominación con la indicación de la universidad a la que estén adscritos.

Artículo cuarto.

Uno. A la denominación genérica deberá añadirse, como denominación específica, el elemento diferenciador que el empresario o titular del Centro haya adoptado para el ejercicio de la actividad educativa o para la designación concreta del establecimiento docente.

Dos. No podrán utilizarse denominaciones específicas que por su significado o por utilizar un idioma extranjero puedan inducir a confusión sobre la nacionalidad del Centro, las enseñanzas que en él se imparten o las titulaciones académicas que correspondan.

Artículo quinto.

La persona física o jurídica que solicite la autorización de apertura de un Centro deberá indicar la denominación específica que se pretenda valerse en relación con aquél.

Artículo sexto.

El otorgamiento de la autorización por el Ministerio de Educación y Ciencia supondrá la aceptación de la denominación específica que se propone, quedando siempre a salvo el mejor derecho de tercero.

Uso obligatorio de la denominación

Artículo séptimo.

En toda solicitud o comunicación dirigida a la Administración Publica, en la documentación propia y en la publicidad referente al Centro, cualquiera que sea el medio por el que esta se realice, su titular deberá utilizar la denominación a que hace referencia el Artículo segundo, seguida del numero con el que figure en el Registro Especial de Centros docentes del Ministerio de Educación y Ciencia.

Artículo octavo.

El titular de un Centro autorizado, siempre que utilice su denominación, empleara los mismos términos en que consta inscrita en el indicado Registro Especial de Centros Docentes, sin omitir o modificar ninguno de ellos ni añadir nuevos elementos.

Reclamaciones de terceros

Artículo noveno.

Uno. El Ministerio de Educación y Ciencia solo admitirá reclamaciones de terceros cuando éstas se basen en un derecho exclusivo al uso de la denominación específica, siempre que tal derecho haya sido expresamente reconocido por el órgano estatal competente. En tal caso, previa audiencia del titular del Centro cuya denominación se impugne y a la vista de los documentos presentados, el Ministerio de Educación y Ciencia resolverá de acuerdo con lo que resulte de ellos. Si se aceptara la reclamación formulada, el titular del centro habrá de proponer una nueva denominación específica.

Dos. La resolución del Ministerio de Educación y Ciencia no afectará en ningún caso a los derechos de propiedad industrial que pudieran corresponder a los interesados o a terceros.

III. De la publicidad

Requisitos formales de la publicidad

Artículo décimo.

La publicidad de los Centros Docentes sometidos al principio de autorización deberá recoger, en todo caso, los extremos siguientes.

a) La denominación y el número con que figura en el Registro Especial de Centros Docentes del Ministerio de Educación y Ciencia.
b) El nombre de la persona física o jurídica titular del Centro.
c) La disposición administrativa por la que se autorizó la enseñanza o enseñanzas impartidas por el Centro, así como, en su caso, su fecha de publicación en el «Boletín Oficial del Estado».
d) Indicación, en su caso, de su carácter de Centro total o parcialmente subvencionado.

Artículo undécimo.

La publicidad de los Centros docentes no sometidos al principio de autorización deberá recoger los siguientes extremos:

a) Denominación específica que el empresario o titular del Centro haya adoptado para el ejercicio de la actividad educativa o para la designación del establecimiento docente.
b) Nombre de la persona física o jurídica titular del Centro.
c) Mención expresa de que las enseñanzas impartidas por el Centro carecen de validez académica.

Artículo duodécimo.

Los datos a que se refieren los artículos anteriores habrán de componerse en el texto publicitario en tipos perfectamente legibles y de tamaño igual, como mínimo, al predominante en la revista, impreso o diario en que se inserte.

Artículo decimotercero.

Uno. La omisión de alguno de los requisitos formales enumerados será sancionada, previa audiencia del interesado, por el Delegado Provincial del Ministerio de Educación y Ciencia con apercibimiento o multa al titular del Centro.
Dos. La cuantía de las multas no podrá exceder de la señalada para las faltas por el Código Penal.
Tres. Contra la resolución sancionadora, el interesado podrá interponer recurso de alzada ante el Ministerio de Educación y Ciencia.
Cuatro. La sanción, cuando esta hubiere ganado firmeza, se anotara en el Registro Especial de Centros Docentes del Ministerio de Educación y Ciencia.

Publicidad ilícita

Artículo decimocuarto.

La publicidad educativa, cualquiera que sea el medio empleado para realizarla, deberá ajustarse a los principios de legalidad, veracidad, autenticidad y libre competencia, tal y como los define el Estatuto de Publicidad. La actividad publicitaria que viole alguno de los principios mencionados se considerara como publicidad ilícita.

Artículo decimoquinto.

En particular son casos de publicidad ilícita:

a) Mencionar enseñanzas que no se correspondan exactamente con las autorizaciones o, en los casos en que no se requiera autorización, con las efectivamente impartidas.

b) Anunciar, con referencia a las enseñanzas impartidas por el Centro, titulaciones o términos académicos que puedan inducir a confusión por estar reservadas en la legislación vigente a los supuestos expresamente regulados en la misma.

c) Realizar publicidad educativa que pueda inducir a confusión sobre los términos de la autorización conferida o sobre la validez académica de las enseñanzas impartidas.

d) Utilizar en la publicidad denominaciones específicas que por su significado o por utilizar un idioma extranjero puedan inducir a confusión sobre los extremos señalados en el artículo cuatro punto dos.

Artículo decimosexto.

Uno. Cuando la Delegación Provincial del Ministerio de Educación y Ciencia tuviere motivos suficientes para considerar que la publicidad realizada incurre en algunos de los supuestos a que hace referencia el Artículo quince, deberá poner el hecho en conocimiento de la autoridad competente a efectos de la apertura del correspondiente expediente sancionador.

Dos. Al mismo tiempo, la Delegación Provincial deberá comunicar al titular del Centro que, sin perjuicio de la apertura del expediente sancionador, la publicidad habrá de ajustarse a las normas de este Real Decreto, con la indicación de que, de no hacerlo, se solicitará de la autoridad competente la suspensión inmediata de dicha publicidad.

Artículo decimoséptimo.

La publicidad ilícita se sancionara de acuerdo con las normas del vigente Estatuto de Publicidad.

Artículo decimoctavo.

Las sanciones firmes que recayeran por causa de publicidad ilícita, se anotarán en el Registro Especial de Centros Docentes del Ministerio de Educación y Ciencia.

Disposición transitoria primera.

Para el curso académico mil novecientos setenta y nueve-mil novecientos ochenta, los Centros docentes actualmente en funcionamiento deberán adaptar la composición y uso de sus denominaciones a lo establecido en el presente Real Decreto.

Disposición transitoria segunda.

Se concede un plazo de tres meses para que la publicidad ya contratada en la fecha de publicación de este Real Decreto se adapte a las disposiciones del mismo.

Disposición adicional.

Los Centros extranjeros autorizados en España usarán como denominación la que figure como tal en la resolución administrativa que autorice su funcionamiento. En todo lo demás, se ajustará a las prescripciones del presente Real Decreto a reserva de lo que dispongan los Convenios o Tratados Internacionales o, en su defecto, el principio de reciprocidad.

§ 34

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 163, de 8 de julio de 2022
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2022-11311

Téngase en cuenta las especialidades de la entrada en vigor de esta Ley recogidas en su disposición final novena.

FELIPE VI

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

I

Los servicios de comunicación audiovisual han experimentado una evolución rápida y significativa a lo largo de los últimos años. Los avances técnicos han hecho posible la convergencia entre servicios televisivos y otros servicios de comunicación audiovisual. En paralelo han aparecido nuevos hábitos de consumo que permiten ver programas y contenidos audiovisuales en cualquier momento, en cualquier lugar y a través de múltiples dispositivos conectados a redes digitales. Todo ello ha redundado en la diversificación de los formatos audiovisuales y en una audiencia fragmentada y globalizada por la que compiten, no solo prestadores del servicio de comunicación audiovisual tradicionales a nivel nacional, sino prestadores globales cuyos servicios también llegan a la audiencia española.

La relevancia de los contenidos audiovisuales en la sociedad actual apenas necesita ser subrayada. La cultura, el ocio, la información, la publicidad y la formación, entre otras, son actividades estrechamente relacionadas con el sector audiovisual y que pueden ser directamente prestadas como servicios a título lucrativo, independientemente de la tecnología utilizada, o favorecidas a través de la puesta a disposición de contenidos audiovisuales de manera gratuita tanto en aplicaciones desarrolladas al efecto como en servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. En consecuencia, para referirse al contenido audiovisual se hace necesario actualizar la definición de «programa», sin diferenciar en función de la duración, género, formato o forma en que este se ofrece a la

audiencia, y utilizar la expresión «contenidos audiovisuales», que en función del tipo de servicio a través del que se ofrece permite hacer referencia a «programas» y «comunicaciones comerciales» en el caso de los servicios de comunicación audiovisual y a «programas», «vídeos generados por usuarios» y «comunicaciones comerciales», en el caso de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

La regulación, por tanto, debe partir del hecho de que, si bien los servicios de comunicación audiovisual tradicionales siguen representando un porcentaje importante del tiempo de visionado diario medio, los nuevos tipos de contenidos audiovisuales, como los vídeos cortos o el contenido generado por los usuarios, han adquirido mayor importancia y los prestadores (incluidos los de los servicios a petición y los de intercambio de vídeos a través de plataforma) están ya bien asentados. Todos estos servicios tienen un impacto considerable sobre los usuarios y compiten por la misma audiencia e ingresos con independencia del país en el que estén establecidos o la tecnología que utilicen. Adicionalmente todos estos servicios son una herramienta para transmitir valores, significados e identidades, así como para contribuir a preservar la diversidad cultural y lingüística en una sociedad, transmitir una imagen igualitaria, no discriminatoria, no sexista y no estereotipada de mujeres y hombres y, en último término, educar y formar a sus miembros. Los servicios de comunicación audiovisual y de intercambio de vídeos a través de plataforma tienen una tercera virtualidad que la regulación no puede desconocer, a saber, el papel que desempeñan en una sociedad democrática en tanto que instrumentos idóneos para el ejercicio de la libertad de expresión e información, derechos fundamentales consagrados en el artículo 20 de la Constitución Española, así como para garantizar la diversidad y el pluralismo de opinión. Todo ello justifica la necesidad de adoptar un marco jurídico actualizado, que refleje la evolución del mercado y que permita lograr un equilibrio entre el acceso a los contenidos, la protección del usuario y la competencia entre los prestadores presentes en dicho mercado.

II

En virtud del artículo 167 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, la Unión Europea favorece la cooperación entre los Estados miembros y, en la medida en que es necesario, apoya y completa la acción de estos en el ámbito de la creación artística y literaria, incluido el sector audiovisual. La función de la Unión Europea en el ámbito audiovisual consiste en crear un mercado único europeo de servicios de comunicación audiovisual y preservar en todas sus políticas la diversidad cultural de la Unión Europea.

El origen de la regulación europea en materia audiovisual se encuentra en la Directiva 89/552/CEE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, denominada coloquialmente «Directiva de Televisión sin Fronteras», que estableció unas normas mínimas comunes para las emisiones de radiodifusión (comunicación comercial audiovisual, protección de menores, promoción de obra europea), sentando así las bases de una incipiente política audiovisual europea. En su primera revisión, de 1997, se estableció el principio del «país de origen», que implica que las entidades de radiodifusión están sometidas a la soberanía del Estado miembro en el que tienen su sede. En la revisión de 2007, Directiva 2007/65/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, se incluyeron nuevos servicios, como los «servicios de comunicación audiovisual a petición» disponibles a través de internet. Por último, la Directiva se codificó en 2010 y pasó a denominarse «Directiva de servicios de comunicación audiovisual» (Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual).

Posteriormente, la Comisión Europea publicó en 2013 el Libro Verde titulado «Preparación para la plena convergencia del mundo audiovisual: Crecimiento, creación y valores», en el que constataba que los servicios de comunicación audiovisual estaban convergiendo y que el modo de ofertar y consumir estos servicios estaba cambiando rápidamente en función de los avances tecnológicos.

Con el fin de actualizar el marco normativo y seguir el ritmo de los cambios más recientes, bajo el paraguas de la «Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa» aprobada el 6 de mayo de 2015, la Comisión Europea publicó el 25 de mayo de 2016 una propuesta legislativa para modificar la citada Directiva 2010/13/UE. Las negociaciones interinstitucionales tripartitas sobre la nueva redacción concluyeron el 6 de junio de 2018. El Pleno del Parlamento Europeo dio su apoyo a las nuevas normas el 2 de octubre de 2018 y, finalmente, el 6 de noviembre de 2018, el Consejo de Ministros Europeo votó la adopción de la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado. La Directiva 2018/1808, que esta ley incorpora al ordenamiento jurídico español, fue publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea el 28 de noviembre de 2018. Las principales innovaciones que la norma de la Unión Europea introduce en el ordenamiento jurídico son las siguientes: a) la modificación del límite cuantitativo respecto de la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales, que pasa de ser el veinte por ciento por hora a ser el veinte por ciento del tiempo entre las 6:00 y las 18:00 y el veinte por ciento del tiempo entre las 18:00 y las 24:00; b) la protección de los menores frente a los contenidos perjudiciales, aplicándose la misma regulación tanto a los servicios de radiodifusión tradicionales como a los servicios a petición; c) la extensión de las disposiciones aplicables a las obras europeas a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a petición, que deben velar por que las obras europeas representen, como mínimo, el treinta por ciento de sus catálogos y conferirles la prominencia que merecen, y d) la inclusión de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma en el ámbito de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual, con el fin de garantizar la protección de los menores frente a los contenidos perjudiciales también en ese entorno, así como proteger a los espectadores en general de contenidos que inciten a la violencia o al odio o bien que constituyan una provocación pública a la comisión de un delito de terrorismo.

III

En el ámbito nacional, la Directiva de Televisión sin Fronteras fue objeto de transposición mediante la aprobación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, que se sumó a las entonces vigentes Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión, Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión, Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada y Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por Satélite. La Ley 25/1994, de 12 de julio, reguló, entre otros aspectos, el principio de la libre recepción en el territorio español de las emisiones de televisión procedentes de otro Estado miembro de la Unión Europea, la promoción y distribución de obras europeas, la publicidad considerada ilícita en televisión (cigarrillos y demás productos del tabaco) y las restricciones de la publicidad de bebidas alcohólicas dirigida a menores y de los mensajes a evitar en la misma, así como la obligación de identificar la publicidad como tal y los porcentajes máximos de tiempo de difusión dedicados a publicidad.

Este conjunto de normas dispersas reguladoras del sector audiovisual fue derogado por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual que se propuso, entre otros objetivos, compendiar la normativa vigente aún válida. Por un lado, dicha norma traspuso la ya mencionada Directiva 2007/65/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007. Respecto al régimen de prestación del servicio de comunicación audiovisual, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, liberalizó con carácter general la prestación del servicio, sometiéndolo exclusivamente al requisito de realizar una comunicación previa, cuando éste se preste mediante cualquier tecnología que no utilice ondas hertzianas terrestres. Por otro lado, procedió a actualizar y flexibilizar el régimen jurídico aplicable a los servicios de comunicación audiovisual que sí utilizan dichas ondas hertzianas terrestres y, en consecuencia, es en algunos aspectos más intenso que el aplicable a otros servicios de comunicación audiovisual. La Ley 7/2010, de 31 de marzo, nació con la vocación declarada en su exposición de motivos de ser «una ley que codifique, liberalice y modernice la vieja y dispersa normativa española actual, otorgue seguridad y estabilidad al sector público y privado, a corto y medio plazo, mediante un marco jurídico básico suficientemente flexible

para adaptarse al dinamismo que por definición tiene este sector ante la vertiginosa y continua evolución tecnológica».

Pasados diez años desde entonces, y ante los cambios vividos en el sector audiovisual, la presente ley comparte esa vocación de adecuar y modernizar el marco jurídico básico, con la mayor seguridad jurídica, garantías y flexibilidad posibles, del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, pero también con la voluntad de permanencia en un entorno verdaderamente muy dinámico. El objetivo de la regulación es múltiple como lo es la naturaleza de los servicios a los que se refiere. Por un lado, se actualiza el marco jurídico general y básico para favorecer el desarrollo ordenado del mercado audiovisual permitiendo que la normativa permanezca vigente ante su rápido desarrollo que, además, se prevé mayor en los próximos años. En segundo lugar, se busca establecer las mismas reglas del juego para los diferentes actores que compiten en el sector por una misma audiencia; estas obligaciones dependerán de la capacidad de control editorial y de elección de los contenidos por parte de los prestadores, no de la tecnología que utilicen. Por otro lado, se trata de mantener y reforzar las medidas de protección y fomento de la producción de las obras audiovisuales europeas teniendo incluso en cuenta que existen servicios que, si bien están establecidos fuera del territorio español, tienen una presencia indiscutible en nuestro mercado nacional. En tercer lugar, se arbitran mecanismos para garantizar los derechos de los usuarios, como la protección de los menores y del público en general respecto de determinados contenidos, o el derecho a conocer quién es el responsable del contenido audiovisual. Por último, se garantiza el principio de igualdad efectiva de mujeres y hombres en el sector audiovisual, de conformidad con los artículos 9.2 y 14 de la Constitución Española y con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Otras normas que mantienen su vigencia y constituyen norma especial respecto de esta ley contribuyen a definir el régimen jurídico de la prestación del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma. Así pueden mencionarse la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal y la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Finalmente, debe tenerse en cuenta que la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, constituye también una norma que resulta aplicable en lo no previsto por esta ley en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales.

Especial mención requiere la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en tanto que dicho organismo ejerce como autoridad audiovisual estatal competente para la supervisión y control del mercado audiovisual y, en particular, de muchas de las obligaciones contenidas en esta ley.

Esta ley se dicta al amparo del título competencial contenido en el artículo 149.1. 27.ª de la Constitución Española, estableciendo el mínimo común denominador en materia audiovisual, e incorpora algunas normas relativas a otros ámbitos de competencia de la Administración General del Estado. De acuerdo con la jurisprudencia constitucional (fundamentalmente SSTC 78/2017; 86/2017 y 48/2018), establece las normas básicas de la prestación del servicio de comunicación audiovisual, siendo competencia de las Comunidades Autónomas su desarrollo y concreción para su ámbito propio. En este sentido, esta ley convive necesariamente con las correspondientes normas autonómicas dictadas al amparo de la previsión constitucional y estatutaria correspondiente en materia de medios de comunicación social, con las de fomento de la cinematografía y cultura audiovisual (dictadas al amparo de las competencias autonómicas en materia cultural), así como con las respectivas leyes autonómicas que regulan la prestación del servicio público autonómico.

IV

En cuanto a la estructura, esta ley consta de un título preliminar y diez títulos.

El título preliminar establece las disposiciones generales. El objeto de la norma es regular la prestación del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma. La mayoría de las definiciones y el ámbito de aplicación vienen definidos por la norma europea que se transpone.

El título I establece los principios generales de la comunicación audiovisual, que deberá respetar la dignidad humana y los valores constitucionales, así como transmitir una imagen igualitaria y no discriminatoria de mujeres y hombres. Asimismo, la comunicación audiovisual debe ser respetuosa con el valor superior constitucional del pluralismo. Igualmente, debe promoverse una comunicación audiovisual inclusiva tanto en la forma de presentar a las personas con discapacidad como en el acceso que esas personas tienen a la comunicación audiovisual. Otros principios generales de la Ley son el respeto a la diversidad cultural y lingüística y la alfabetización mediática. También se incluye un principio de conciliación de la vida personal y familiar y la relevancia de los servicios de comunicación audiovisual al respecto. Los principios generales de la comunicación audiovisual recogidos en este título I orientarán la actuación de los poderes públicos y de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma en los términos que se establecen en las disposiciones de esta ley.

Finalmente, en este título se incluye una mención específica a la autorregulación y la corregulación. En efecto, no pasa desapercibido el papel que puede desempeñar la autorregulación y corregulación efectiva como complemento de los mecanismos legislativos, judiciales y administrativos vigentes y su valiosa contribución con vistas a la consecución de los objetivos de esta ley y, en particular, a la protección de los usuarios. Asimismo, en un sector tan dinámico como el audiovisual, los mecanismos de la autorregulación y la corregulación coadyuvan a la consecución de objetivos legales en la medida en que permiten que los propios obligados esto es, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, puedan avanzar en sus compromisos para proteger al usuario a medida que vaya resultando necesario más allá de lo previsto inicialmente por la normativa.

El título II, relativo a la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo, recoge las normas básicas que deben orientar la regulación estatal y autonómica del servicio de comunicación audiovisual.

El capítulo I establece el régimen jurídico básico para la prestación de un servicio de comunicación audiovisual, diferenciando el que solo precisa de comunicación previa por estar su segmento liberalizado, del que, por utilizar espacio radioeléctrico público mediante ondas hertzianas terrestres y tener capacidad limitada, está sometido a un régimen de intervención administrativa más intenso y necesita de licencia previa otorgada en concurso público celebrado en las condiciones que fija esta misma Ley.

El capítulo II, régimen jurídico de la comunicación previa, desarrolla el sistema de la comunicación previa para adquirir la condición de prestador, en cuanto a los requisitos para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo, que no requiere de ondas hertzianas terrestres.

El capítulo III desarrolla la normativa relativa a la licencia para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo cuando se realiza mediante ondas hertzianas terrestres. Por un lado, se regulan las condiciones para poder ser titular de una licencia. Por otro lado, se regula el período de duración de la licencia, se tasan las condiciones para que se produzca una renovación automática de la licencia y, en último término, se regulan las condiciones en que puede arrendarse, transmitirse o cederse la licencia para prestar el servicio. Finalmente, se establecen previsiones para garantizar el pluralismo y la libre competencia en el mercado televisivo mediante ondas hertzianas terrestres dada la importancia que tienen estos medios en la formación de la opinión pública.

El capítulo IV regula el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, así como establece previsiones para garantizar la trasparencia en el sector audiovisual. Dadas las características específicas de ambos servicios y, en especial, su incidencia en las opiniones de las personas, es esencial que los usuarios de dichos servicios sepan con exactitud quién es el responsable último de su contenido. Por ello, en este capítulo se prevén, de conformidad con la norma europea, los registros del servicio de comunicación audiovisual según su ámbito territorial, con el fin de que ofrezcan información relativa a la estructura de propiedad de los prestadores, entre otros aspectos. Con el mismo fin de contribuir a la mayor transparencia del sector audiovisual y permitir al usuario conocer de forma fácil y directa

quién es el responsable y de qué forma es responsable de los contenidos emitidos, se regulan otras obligaciones de información para prestadores del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

El capítulo V regula la libertad de prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual para prestadores establecidos en Estados miembros de la Unión Europea, los límites y el procedimiento establecido en la normativa europea para restringir dicha libertad en supuestos tasados.

El capítulo VI parte de la relevancia del servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres en el ámbito local, lo garantiza y encomienda la concesión de los correspondientes títulos habilitantes a la autoridad audiovisual competente en el ámbito autonómico, de conformidad con la planificación del uso del espectro radioeléctrico hecha por el Estado.

El Título III establece las normas básicas aplicables a todos los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual. Así, el capítulo I define el objeto del servicio público de comunicación audiovisual basado en su adaptación al ecosistema digital actual, se ordenan y completan las misiones que debe cumplir dicho servicio y se profundiza en los valores y principios de funcionamiento del mismo. El capítulo II, dedicado a la gobernanza de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, ahonda en la regulación de los mandatos-marco como instrumentos legales en los que se recoge la encomienda del servicio público de comunicación audiovisual, y de los contratos-programa como planes estratégicos de concreción de los mandatos-marco. Además, se atribuye a los órganos de administración y direcciones ejecutivas el control administrativo y de gestión, bajo criterios de responsabilidad corporativa, mientras que los órganos de asesoramiento en la dirección editorial tienen la función de informar la dirección editorial de los prestadores. En el capítulo III, relativo al control de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, se enumeran los diferentes tipos de mecanismos de control a los que están sometidos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual público, a saber, el control externo de las asambleas legislativas, autoridades audiovisuales, y Tribunal de Cuentas u órganos de control externo de las Comunidades Autónomas, dentro de su correspondiente ámbito competencial. Se incluye también la obligación de realizar un procedimiento de evaluación para la introducción de nuevos servicios por parte del prestador denominado análisis de valor público. El capítulo IV establece previsiones sobre la financiación de los servicios públicos de comunicación audiovisual. Por último, los capítulos V y VI se refieren, respectivamente, al servicio público de comunicación audiovisual estatal y a los autonómicos y locales. Así, el capítulo V encomienda expresamente la gestión directa del servicio público de comunicación audiovisual estatal a la Corporación de RTVE, de conformidad con lo previsto en la Ley 17/2006, y se regula específicamente para el ámbito estatal el procedimiento de aprobación de los mandato-marco y los contratos-programa de la citada Corporación. Por su parte, el Capítulo VI establece previsiones básicas respecto de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómico y local.

El título IV se dedica a la regulación de los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos y sonoros a petición. Estos servicios no están incluidos en el ámbito de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual. Fue una decisión del legislador estatal incluirlos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, y esta decisión se considera en la actualidad acertada, pues permite que todos los servicios de comunicación audiovisual se encuentren regulados en la misma norma. Con el fin de que resulte más clara e identificable la normativa aplicable a estos servicios, con particularidades notables frente a los televisivos, se ha optado por deslindarla y regularla en un título propio, si bien el régimen es en algunos puntos idéntico al previsto para los servicios de comunicación audiovisual televisivos. Así, partiendo de los diferentes tipos de servicios, radiofónicos (frecuencia modulada, ondas medias y radio digital terrestre) y sonoros a petición, este Título regula la obligación de realizar comunicación previa cuando no se utilice espectro radioeléctrico y la de contar con licencia previamente otorgada en un concurso por la autoridad audiovisual competente, cuando la prestación del servicio se realice mediante ondas hertzianas terrestres. Asimismo, se incluyen otras previsiones específicas de estos servicios y las obligaciones que pueden tener en materia de protección de menores, accesibilidad, y de comunicaciones comerciales.

Mediante el título V se transpone a nuestro marco regulatorio una de las principales novedades de la nueva Directiva, las obligaciones de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma y, en su caso, de los servicios de medios o redes sociales cuya funcionalidad esencial permita el intercambio de vídeos. Así, el impacto que tienen estos servicios al ofrecer a los usuarios la posibilidad de educar, entretener o conformar opiniones de otros usuarios e influir en ellas, determina que se incluyan en el ámbito de aplicación de esta ley cuando su oferta de programas y vídeos generados por los usuarios constituya una funcionalidad esencial del servicio. En particular, los prestadores de este tipo de servicios deberán adoptar las medidas adecuadas para proteger a los menores y al público en general, de contenidos perjudiciales o que inciten al odio o la violencia o contengan una provocación a la comisión de un delito de terrorismo. Por otra parte, dado que son servicios que compiten por la audiencia con los servicios de comunicación audiovisual, se establece una regulación mínima en cuanto a las comunicaciones comerciales que ellos mismos gestionan, así como la obligación de permitir que las comunicaciones comerciales de terceros sean identificadas convenientemente. Por último, es particularmente relevante tener en cuenta que, a pesar de que el objetivo de esta ley no es regular los servicios de medios o redes sociales como tales, estos servicios de medios o redes sociales estarán sometidos al cumplimiento de lo previsto en este título en la medida en que se puedan subsumir en la definición de «servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma»; es decir, cuando la oferta de programas y vídeos generados por usuarios puede considerarse una funcionalidad esencial de los servicios de medios o redes sociales siempre que dicho contenido audiovisual no sea meramente accesorio o constituya una parte mínima de las actividades de dicho servicio. Asimismo, se incluye en este Título una previsión para los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. Estos servicios que, en muchos ámbitos, son agrupados bajo el concepto de «vloggers», «influencers» o «prescriptores de opinión», gozan de relevancia en el mercado audiovisual desde el punto de vista de la inversión publicitaria y del consumo, especialmente, entre el público más joven. La irrupción y consolidación de estos nuevos agentes requiere de un marco jurídico que refleje el progreso del mercado y que permita lograr un equilibrio entre el acceso a estos servicios, la protección del consumidor y la competencia. La propia Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual señala que: «(...) los canales o cualquier otro servicio audiovisual que estén bajo la responsabilidad editorial de un prestador pueden constituir servicios de comunicación audiovisual en sí mismos, aunque se ofrezcan a través de una plataforma de intercambio de vídeos». El desarrollo aún incipiente de estos servicios aconseja el establecimiento de una serie de obligaciones básicas relativas a los principios generales de la comunicación audiovisual, a la protección del menor, a la protección del consumidor y a su inscripción en el Registro.

El título VI reúne las obligaciones de los servicios de comunicación audiovisual televisivos, tanto lineales como a petición. El capítulo I se dedica a la protección de los menores, estableciendo obligaciones para la adecuada protección de los menores tanto en la forma en la que aparecen representados en los servicios de comunicación audiovisual televisivos, como en el uso que hacen de los servicios de comunicación audiovisual televisivos, en consonancia con la regulación contenida en el capítulo VIII del título III, relativo a las nuevas tecnologías, de la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia. Se incluye una referencia a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma con el fin de prever que dichos servicios en España puedan sumarse a los acuerdos de corregulación que se adopten para garantizar una única descripción, señalización y recomendación por edades de los contenidos audiovisuales. El capítulo II, relativo a la accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual televisivos, regula las obligaciones de garantizar que se mejore de forma continua y progresiva la accesibilidad de los servicios para las personas con discapacidad. Como novedades destacan la introducción de requerimientos de calidad de las herramientas de accesibilidad y la consideración del Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción y del Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española como centros estatales técnicos de referencia en materia de accesibilidad audiovisual para personas con discapacidad. El capítulo III establece un nuevo sistema de promoción de obra audiovisual europea, base de la diversidad cultural y lingüística que se

fomenta en el ámbito audiovisual. La principal novedad consiste en considerar obligados a cumplir con la obligación de financiación anticipada de producción de obra audiovisual a prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos establecidos en otros países de la Unión Europea que dirigen su servicio a territorio español. Asimismo, se simplifica la forma de cumplir con la obligación con el fin de que resulte menos gravoso su cumplimiento. Por último, en línea con las directrices de la Unión Europea, el modelo contempla exenciones en función de la facturación anual de los prestadores, ya que la obligación de promoción no puede suponer un freno a la entrada de nuevos agentes en el mercado ni socavar el desarrollo del sector, y en función de la baja audiencia y en razón de la naturaleza o temática del servicio. El capítulo IV, que se compone de cuatro secciones, regula la difusión de comunicaciones comerciales a través del servicio de comunicación audiovisual. Se actualizan las disposiciones respecto de la posibilidad de emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con las modificaciones introducidas por la Directiva 2018/1808, de 14 de noviembre. La sección 1.ª regula el derecho de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a difundir comunicaciones comerciales audiovisuales. La sección 2.ª regula los diferentes tipos de comunicaciones comerciales audiovisuales que se pueden emitir o difundir a través de los servicios de comunicación audiovisual. La sección 3.ª establece, conforme a las nuevas directrices europeas, límites cuantitativos respecto de la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales emitidas a través del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal. La sección 4.ª regula la normativa específica respecto de las comunicaciones comerciales que se pueden difundir a través del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.

El título VII regula la contratación de derechos en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales y, en concreto, de eventos deportivos tan relevantes para los servicios de comunicación audiovisual televisivos de acceso condicional. Asimismo, se busca un equilibrio entre el derecho a la adquisición en exclusiva y el derecho a la libertad de información de los usuarios.

El título VIII, relativo a Política Audiovisual, establece previsiones respecto de la planificación de la política audiovisual a nivel estatal y no tiene, por tanto, carácter de normativa básica.

El título IX se dedica a las autoridades audiovisuales competentes estatales respecto de servicios de comunicación audiovisual televisivos estatales, servicios de comunicación audiovisual radiofónicos mediante ondas medias y digital terrestre, servicios de comunicación audiovisual sonoros a petición y servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. En dicho título se establece el reparto competencial entre el departamento ministerial competente en materia audiovisual y el organismo regulador correspondiente.

Por último, el título X recoge el régimen sancionador. En este ámbito, la Ley supone un importante avance en seguridad jurídica por cuanto se busca una definición precisa de los tipos de infracción, se gradúan dichos tipos en función de la gravedad y se establece con claridad la cuantía máxima de las sanciones correspondientes a cada tipo infractor, fijadas en términos de un porcentaje del volumen de ingresos del responsable. Con esta gradación se realiza un ajuste al tamaño de los prestadores presentes en el mercado audiovisual. Asimismo, se especifican los criterios que determinarán la multa en cada caso, en línea con las tendencias actuales en el ámbito europeo. En cuanto al ejercicio de la potestad sancionadora, se recoge la jurisprudencia constitucional (STC 78/2017, FJ 6.º) disponiendo claramente que la competencia para otorgar el título habilitante es la que determina la titularidad de las potestades de naturaleza ejecutiva referidas a la inspección, vigilancia y control, a la adopción de medidas provisionales y a la instrucción de expedientes sancionadores. Finalmente, se establecen especialidades en el procedimiento sancionador adaptadas a las particularidades de este sector.

La ley se completa con cinco disposiciones adicionales, siete disposiciones transitorias, una derogatoria y nueve disposiciones finales.

La disposición adicional primera establece el mandato de aprobar un catálogo de acontecimientos de interés general en el plazo de un año. La disposición adicional segunda prevé la creación del Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual de cara al intercambio de experiencias y mejores prácticas sobre la aplicación del marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual. La

disposición adicional tercera promueve medidas para incrementar la producción audiovisual realizada por mujeres. La disposición adicional cuarta está dedicada a la protección de datos de carácter personal y a las reglas reguladoras de los tratamientos de datos personales contenidos en la Ley. Por último, la disposición adicional quinta recoge una serie de actuaciones para promover la diversidad lingüística en los servicios de comunicación audiovisual.

En las disposiciones transitorias se abordan las cuestiones relativas a la transición entre el modelo normativo vigente y el nuevo modelo propuesto a través de la presente ley, y en concreto, se proponen: un catálogo de acontecimientos de interés general en tanto no se desarrolle uno, un régimen para la prestación de los servicios comunitarios sin ánimo de lucro, un sistema de calificación de los contenidos y un régimen transitorio para el cumplimiento de las obligaciones de accesibilidad, de promoción de obra europea, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española y del Registro estatal en tanto no entren en vigor las nuevas obligaciones.

La disposición derogatoria y las disposiciones finales efectúan las derogaciones y modificaciones de las normas con rango de ley que resultan afectadas por la entrada en vigor de esta norma. En particular, se modifican la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para adaptarla a las modificaciones en materia de restricciones a las comunicaciones comerciales que fomenten comportamientos nocivos para la salud, la Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública para reforzar el papel de la estadística oficial en el ámbito público adaptándola a la regulación europea, la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, con la finalidad de actualizar el periodo de vigencia de los instrumentos de gobernanza, la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, introduciendo las pertinentes adaptaciones en el sistema de financiación del prestador del servicio público de comunicación audiovisual estatal y la Ley 3/2013, de 4 de junio de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia con el fin de actualizar las competencias y obligaciones del organismo regulador en el ámbito audiovisual a las previsiones de esta ley.

TÍTULO PRELIMINAR

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

1. Esta ley tiene por objeto regular la comunicación audiovisual de ámbito estatal, así como establecer determinadas normas aplicables a la prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

2. Igualmente se establecen las normas básicas para la prestación del servicio de comunicación audiovisual autonómico y local, sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas y los Entes Locales en sus respectivos ámbitos.

Artículo 2. *Definiciones.*

A efectos de lo dispuesto en esta ley, se entenderá por:

1. Servicio de comunicación audiovisual: Servicio prestado con la finalidad principal propia o de una de sus partes disociables de proporcionar, bajo la responsabilidad editorial de un prestador del servicio de comunicación audiovisual, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales audiovisuales.

2. Responsabilidad editorial: Ejercicio de control efectivo sobre la selección de los programas y sobre su organización, ya sea en un horario de programación o en un catálogo de programas.

3. Decisión editorial: Decisión que se adopta periódicamente con el fin de ejercer la responsabilidad editorial y que está vinculada a la gestión diaria del servicio de comunicación audiovisual.

4. Prestador del servicio de comunicación audiovisual: Persona física o jurídica que tiene la responsabilidad editorial sobre la selección de los programas y contenidos audiovisuales

del servicio de comunicación audiovisual y determina la manera en que se organiza dicho contenido.

5. Servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal: Servicio de comunicación audiovisual que se presta para el visionado simultáneo de programas y contenidos audiovisuales sobre la base de un horario de programación.

6. Servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición o televisivo no lineal: Servicio de comunicación audiovisual que se presta para el visionado de programas y contenidos audiovisuales en el momento elegido por el espectador y a su propia petición sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio.

7. Servicio de comunicación audiovisual radiofónico: Servicio de comunicación audiovisual que se presta para la audición simultánea de programas y contenidos radiofónicos o sonoros sobre la base de un horario de programación mediante cualquier soporte tecnológico.

8. Servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición: Servicio de comunicación audiovisual que se presta para la audición de programas y contenidos radiofónicos o sonoros en el momento elegido por el oyente y a su propia petición sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio.

9. Servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal:

a) El servicio de comunicación audiovisual que se presta en todo el territorio nacional de conformidad con lo previsto en el título II.

b) El servicio de comunicación audiovisual que se presta voluntaria y deliberadamente para el público de más de una Comunidad Autónoma.

c) El servicio público de comunicación audiovisual cuya reserva para la gestión directa haya sido acordada por la Administración General del Estado, de conformidad con lo previsto en el título III.

10. Servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico:

a) El servicio de comunicación audiovisual mediante ondas hertzianas terrestres cuya licencia ha sido concedida por una Comunidad Autónoma de conformidad con lo previsto en el título II y en la normativa autonómica correspondiente.

b) El servicio de comunicación audiovisual que se presta sobre la base de una comunicación previa ante la autoridad audiovisual competente de ámbito autonómico de conformidad con lo previsto en el título II y en la normativa autonómica correspondiente, siempre que se cumplan de forma simultánea las siguientes condiciones:

1.° Cuando el prestador tiene su sede central en una Comunidad Autonómica y las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en dicha Comunidad Autónoma.

2.° Cuando el servicio de comunicación audiovisual se dirija mayoritariamente a usuarios establecidos en dicha Comunidad Autónoma por la naturaleza, temática o idioma de los contenidos audiovisuales que se emiten a través de dicho servicio.

c) El servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico de conformidad con lo dispuesto en el título III.

d) Los supuestos de desbordamientos naturales de la señal en la emisión para el territorio en el cual se ha habilitado la prestación del servicio.

11. Servicio de comunicación audiovisual en abierto: servicio cuya recepción se realiza sin contraprestación por parte del usuario.

12. Servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional: Servicio de comunicación audiovisual que ofrece, mediante un sistema de acceso condicional, programas y contenidos audiovisuales a cambio de una contraprestación por parte del usuario.

13. Servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma: Servicio cuya finalidad principal propia o de una de sus partes disociables o cuya funcionalidad esencial consiste en proporcionar, al público en general, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas, vídeos generados por usuarios o ambas cosas, sobre los que no tiene responsabilidad editorial el prestador de la plataforma, con objeto de informar, entretener o educar, así como emitir comunicaciones comerciales, y cuya organización determina el

prestador, entre otros medios, con algoritmos automáticos, en particular mediante la presentación, el etiquetado y la secuenciación.

14. Servicio prestado a través de televisión conectada: Servicio, asociado o no al programa audiovisual, ofrecido por el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo o por el prestador del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual al que se puede acceder a través de procedimientos vinculados o no con el servicio de comunicación audiovisual.

15. Servicio de comunicación audiovisual televisivo o radiofónico comunitario sin ánimo de lucro: Servicio de carácter no económico prestado por organizaciones o entidades privadas sin ánimo de lucro, en los términos previstos en esta ley, a través de cualquier modalidad tecnológica y que ofrece contenidos de proximidad destinados a dar respuesta a las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de las comunidades y de los grupos sociales a los que da cobertura, basándose en criterios abiertos, claros y transparentes de acceso respecto a la emisión, la producción y la gestión, asegurando la máxima participación ciudadana y el pluralismo.

16. Prestador del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual: Persona física o jurídica que ofrece de manera agregada, a través de redes de comunicaciones electrónicas, servicios de comunicación audiovisual de terceros a usuarios.

17. Prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma: Persona física o jurídica que presta el servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

18. Programa televisivo: Conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario, con independencia de su duración, dentro del horario de programación de un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o de un catálogo de programas elaborado por un prestador del servicio de comunicación audiovisual, incluidos los largometrajes, los vídeos cortos, las manifestaciones deportivas, las series, las comedias de situación, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo.

19. Programa radiofónico o sonoro: Conjunto de contenidos sonoros, con o sin imagen, que forman un elemento unitario dentro del horario de programación de un servicio de comunicación audiovisual radiofónico o de un catálogo de un servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición, así como contenidos o materiales accesorios o auxiliares a la programación, relacionados con la emisión de la misma.

20. Vídeo generado por usuarios: Conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario, con independencia de su duración, creado por un usuario y puesto a disposición del público a través de una plataforma de intercambio de vídeos por dicho usuario o por cualquier otro.

21. Múltiple o múltiplex: Señal compuesta para transmitir en una frecuencia radioeléctrica determinada y que, al utilizar la tecnología digital, permite la incorporación de las señales correspondientes a varios servicios de comunicación audiovisual y de las señales correspondientes a varios servicios de televisión conectada y a servicios de comunicaciones electrónicas.

22. Catálogo de programas: Conjunto de programas audiovisuales y/o sonoros puestos a disposición del público, el cual elige el programa y el momento de visionado o audición.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. El servicio de comunicación audiovisual está sujeto a lo dispuesto en esta ley siempre que el prestador de dicho servicio se encuentre establecido en España.

2. A los efectos del apartado anterior, se considera que un prestador del servicio de comunicación audiovisual está establecido en España en los siguientes supuestos:

a) Cuando el prestador tiene su sede central en España y las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en España.

b) Cuando el prestador tiene su sede central en España, aunque las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en otro Estado miembro de la Unión Europea, siempre que una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaje en España.

c) Cuando el prestador tiene su sede central en otro Estado miembro de la Unión Europea, las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en España, y una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaja en España.

d) Cuando el prestador tiene su sede central en España y una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaja en España y en otro Estado miembro.

e) Cuando el prestador inició por primera vez su actividad en España, siempre y cuando mantenga un vínculo estable y efectivo con la economía de España, aunque una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual no trabaje ni en España ni en ningún Estado miembro.

f) Cuando el prestador tiene su sede central en España, pero las decisiones sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en un Estado que no forma parte de la Unión Europea, o viceversa, siempre que una parte significativa del personal que realiza las actividades del servicio de comunicación audiovisual trabaje en España.

g) Cuando el prestador al que no se le aplique lo establecido en las letras anteriores se encuentre en alguno de los siguientes casos:

1.º Utiliza un enlace ascendente con un satélite situado en España.

2.º Utiliza una capacidad de satélite perteneciente a España, aunque no use un enlace ascendente con un satélite situado en España.

3. El prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está sujeto a lo dispuesto en esta ley siempre que se encuentre establecido en España, de conformidad con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

4. El prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma que no esté establecido en un Estado miembro se considerará establecido en España a efectos de la presente ley cuando dicho prestador:

a) Tenga una empresa matriz o una empresa filial establecida en España, o

b) forme parte de un grupo y otra empresa de ese grupo esté establecida en España.

A estos efectos se entenderá por:

1.º) «Sociedad matriz»: Una sociedad que controla una o varias empresas filiales.

2.º) «Empresa filial»: Una empresa controlada por una sociedad matriz, incluidas las empresas filiales de una empresa matriz de mayor jerarquía.

3.º) «Grupo»: Una empresa matriz, todas sus empresas filiales y todas las demás empresas que tengan vínculos organizativos, económicos y jurídicos con ellas.

5. A efectos de la aplicación del apartado anterior, cuando la empresa matriz, la empresa filial o las demás empresas del grupo estén establecidas en distintos Estados miembros, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si está establecida en España su empresa matriz o, en su defecto, si lo está su empresa filial o, en su defecto, si lo está la otra empresa del grupo.

6. A efectos de la aplicación del apartado 5, cuando existan varias empresas filiales y cada una de ellas esté establecida en un Estado miembro diferente, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si la filial establecida en España inició su actividad en primer lugar, siempre que mantenga una relación estable y efectiva con la economía de España.

Cuando existan varias empresas que formen parte del grupo y cada una de ellas esté establecida en un Estado miembro diferente, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si una de dichas empresas inició su actividad en España en primer lugar, siempre que mantenga una relación estable y efectiva con la economía de España.

7. El prestador del servicio de comunicación audiovisual que estando establecido en otro Estado miembro dirija sus servicios al mercado español estará obligado a cumplir con lo establecido en la sección 3.ª del capítulo III del título VI.

8. Están excluidas con carácter general del ámbito de aplicación de esta ley, y solo les serán de aplicación las disposiciones que expresamente se refieran a ellos:

a) Las redes y servicios de comunicaciones electrónicas utilizados para el transporte y difusión de la señal del servicio de comunicación audiovisual, sus recursos asociados y los equipos técnicos necesarios para la recepción de la comunicación audiovisual, cuyo régimen será el propio de las telecomunicaciones.

b) Las personas físicas o jurídicas que únicamente difundan o transporten la señal de programas audiovisuales cuya responsabilidad editorial corresponde a terceros.

c) Los sitios webs privados y las comunicaciones audiovisuales que no constituyan medios de comunicación de masas en los términos definidos en la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), que no estén destinadas a una parte significativa del público y no tengan un claro impacto sobre él y, en general, cualesquiera actividades que no compitan por la misma audiencia que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual o los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

TÍTULO I

Principios generales de la comunicación audiovisual

Artículo 4. *Dignidad humana.*

1. La comunicación audiovisual será respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales.

2. La comunicación audiovisual no incitará a la violencia, al odio o a la discriminación contra un grupo o miembros de un grupo por razón de edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento.

3. La comunicación audiovisual respetará el honor, la intimidad y la propia imagen de las personas y garantizará los derechos de rectificación y réplica, en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación y Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

4. La comunicación audiovisual no contendrá una provocación pública a la comisión de ningún delito y, especialmente, no provocará públicamente la comisión de un delito de terrorismo, de pornografía infantil o de incitación al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo, una parte del mismo o contra una persona determinada por motivos racistas, xenófobos, por su sexo o por razones de género o discapacidad en los términos y sin perjuicio de lo previsto en el Código Penal.

Artículo 5. *Pluralismo.*

1. Se promoverá la pluralidad de la comunicación audiovisual a través del fomento de la existencia de un conjunto de medios, tanto públicos como de titularidad privada y comunitarios, que reflejen el pluralismo ideológico y político y la diversidad cultural y lingüística de la sociedad.

2. Se promoverá la diversidad de fuentes y de contenidos en la prestación de servicios de comunicación audiovisual y la existencia de servicios de comunicación audiovisual de diferentes ámbitos, acordes con la organización del territorio nacional, así como que la programación incluya distintos géneros y atienda a los diversos intereses de la sociedad, especialmente cuando se realice a través de prestadores del servicio público de comunicación audiovisual.

3. Se promoverá la autorregulación para adoptar códigos de conducta en materia de pluralismo interno de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

Artículo 6. *Igualdad de género e imagen de las mujeres.*

1. La comunicación audiovisual transmitirá una imagen igualitaria y no discriminatoria de mujeres y hombres y no favorecerá, directa o indirectamente, situaciones de discriminación por razón de sexo, desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género.

2. Se promoverá la autorregulación que contribuya al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres y que garantice un acceso y una representación igualitaria de las mujeres en el sector audiovisual, así como en puestos de responsabilidad directiva y profesional.

3. Se promoverá la autorregulación para garantizar comunicaciones comerciales audiovisuales no sexistas, tanto en el lenguaje como en el contenido e imágenes, y libres de estereotipos de género.

4. La autoridad audiovisual competente elaborará un informe anual sobre la representación de las mujeres en los programas y contenidos audiovisuales emitidos por prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal, con especial atención a su representación en noticiarios, programas de contenido informativo de actualidad y en comunicaciones comerciales audiovisuales.

Artículo 7. *Personas con discapacidad.*

1. La comunicación audiovisual favorecerá una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas con discapacidad.

2. Se promoverá la autorregulación para garantizar que la presencia de personas con discapacidad sea proporcional al peso y a la participación de dichas personas en el conjunto de la sociedad.

3. Se garantizará la accesibilidad universal del servicio de comunicación audiovisual en los términos previstos en los títulos IV y VI.

Artículo 8. *Lengua oficial del Estado y lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.*

La comunicación audiovisual promoverá el conocimiento y la difusión de la lengua oficial del Estado y las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas y de sus expresiones culturales, contribuyendo al reflejo de la diversidad cultural y lingüística.

Artículo 9. *Veracidad de la información.*

1. Los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad se elaborarán de acuerdo con el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz y el deber de diligencia profesional en la comprobación de los hechos. Serán respetuosos con los principios de veracidad, calidad de la información, objetividad e imparcialidad, diferenciando de forma clara y comprensible entre información y opinión, respetando el pluralismo político, social y cultural y fomentando la libre formación de opinión del público.

2. Se promoverá la autorregulación para garantizar la observancia de los principios del apartado anterior en las diferentes formas de comunicación audiovisual.

3. Se garantiza el derecho de los ciudadanos a ser informados de los acontecimientos de interés general, en los términos previstos en el título VII.

Artículo 10. *Alfabetización mediática.*

1. La autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones, asociaciones, colegios y sindicatos profesionales del ámbito de la comunicación y el periodismo, adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados.

2. Las medidas previstas en el apartado anterior tendrán el objetivo de desarrollar competencias, conocimientos, destrezas y actitudes de comprensión y valoración crítica que

permitan a los ciudadanos de todas las edades utilizar con eficacia y seguridad los medios, acceder y analizar críticamente la información, discernir entre hechos y opiniones, reconocer las noticias falsas y los procesos de desinformación y crear contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro.

3. Las medidas previstas en el apartado 1 seguirán los principios recogidos en el artículo 83 y los objetivos del artículo 97 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como las previsiones contenidas en Carta de Derechos Digitales, no pudiendo limitarse a promover el aprendizaje de herramientas y tecnologías.

4. La autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, en especial, con las autoridades con competencias en materia de educación, y en su caso, con las asociaciones de padres y madres, de educadores y las vinculadas a la realización de actividades de alfabetización mediática, adoptarán medidas para promover que los padres, madres, tutores o representantes legales procuren que los menores hagan un uso beneficioso, seguro, equilibrado y responsable de los dispositivos digitales, de los servicios de comunicación audiovisual y de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, a fin de garantizar el adecuado desarrollo de su personalidad y preservar su dignidad y sus derechos fundamentales, de acuerdo con el artículo 84 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

5. La autoridad audiovisual competente de ámbito estatal elaborará un informe cada tres años sobre las medidas impulsadas y su eficacia.

Artículo 11. *Conciliación de la vida personal y familiar.*

1. La autoridad audiovisual competente incentivará la racionalización de los horarios en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto.

2. La autoridad audiovisual competente incentivará buenas prácticas en materia de conciliación y programación de contenidos audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto.

Artículo 12. *Autorregulación.*

La autoridad audiovisual competente promoverá la autorregulación para que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o las organizaciones que los representen, en cooperación, en caso necesario, con otros interesados como la industria, el comercio o las asociaciones u organizaciones profesionales o de usuarios o consumidores, adopten de forma voluntaria directrices entre sí y para sí y sean responsables del desarrollo de estas directrices, así como del seguimiento y aplicación de su cumplimiento.

Artículo 13. *Propiedad intelectual.*

La comunicación audiovisual será respetuosa con los derechos reconocidos en favor de terceros de acuerdo con la legislación vigente en materia de protección de la propiedad intelectual.

Artículo 14. *Corregulación.*

1. La autoridad audiovisual competente promoverá la corregulación mediante convenios suscritos entre la autoridad audiovisual competente, los organismos de autorregulación y, siempre que les afecte directamente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o las organizaciones que los representen.

2. En los convenios previstos en el apartado anterior se repartirá la función regulatoria entre las partes interesadas, estableciéndose los roles de los organismos de autorregulación y los efectos de sus decisiones.

3. La función de la autoridad audiovisual competente en los convenios previstos en el apartado 1 podrá incluir, entre otros, el reconocimiento del sistema de corregulación, el control de sus procesos y la financiación del sistema, además de preservar la posibilidad de intervenir en el caso de que no se realicen sus objetivos.

Artículo 15. *Códigos de conducta de autorregulación y corregulación.*

1. La autoridad audiovisual competente promoverá el uso de la autorregulación y la corregulación previstas en los dos artículos anteriores mediante la adopción voluntaria de códigos de conducta elaborados por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o las organizaciones que los representen, en cooperación, en caso necesario, con otros interesados como la industria, el comercio o las asociaciones u organizaciones profesionales o de usuarios.

2. Los códigos de conducta previstos en el apartado anterior deberán reunir las siguientes características:

a) Ser aceptados por los principales interesados.

b) Exponer clara e inequívocamente sus objetivos.

c) Prever un seguimiento y evaluación periódicos, transparentes e independientes de la consecución de los objetivos perseguidos.

d) Prever los medios para una aplicación efectiva, incluidas unas sanciones efectivas y proporcionadas.

e) Prever mecanismos de reclamaciones de usuarios.

f) Prever sistemas de resolución extrajudicial de conflictos ante entidades acreditadas como entidades de resolución alternativa de litigios, de conformidad con lo previsto en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

g) Establecer mecanismos de consulta previa para asegurar el cumplimiento normativo y evitar incurrir en posibles infracciones y riesgos reputacionales.

h) Establecer órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos.

i) Respetar la normativa sobre defensa de la competencia.

3. La aprobación, suscripción o adhesión a un código de conducta por parte de un prestador del servicio de comunicación audiovisual o un prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma se comunicará tanto a la autoridad audiovisual competente como al organismo de representación y consulta de los consumidores que correspondan en función del ámbito territorial de que se trate. Para los prestadores de ámbito estatal, dicho órgano es el Consejo de Consumidores y Usuarios. La autoridad audiovisual competente verificará su conformidad con la normativa vigente y, de no haber contradicciones, dispondrá su publicación.

4. En todo caso, se promoverán, tanto a nivel estatal como autonómico, códigos de conducta en los siguientes ámbitos:

a) Protección de los usuarios.

b) Protección de la salud pública en el ámbito audiovisual.

c) Protección de los menores en los servicios de comunicación audiovisual y en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

d) Reducción efectiva de la exposición de los menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas con alto contenido en sal, azúcares, grasa, grasas saturadas o ácidos grasos trans, o que no se ajustan por otros conceptos a las directrices nutricionales nacionales o internacionales.

e) Reducción efectiva de la exposición de los menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a bebidas alcohólicas.

f) Protección de los menores de la exposición a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a la promoción de los juegos de azar.

g) Protección de los usuarios respecto de contenidos que atenten contra la dignidad de la mujer, o fomenten valores sexistas, discriminatorios o estereotipados.

h) Fomento de una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas de minorías raciales o étnicas en los contenidos audiovisuales y que tenga en consideración una presencia proporcional al peso y a la participación de dichas personas en el conjunto de la sociedad.

i) Protección de los usuarios respecto de contenidos que fomenten una imagen no ajustada o estereotipada de las personas con discapacidad.

j) Protección de los usuarios respecto de la desinformación.

k) Protección de los usuarios respecto de los contenidos con violencia gratuita y pornografía.

l) Protección y fomento de diversidad lingüística y cultural.

m) Fomento de la alfabetización mediática, informacional y audiovisual favorecedora del derecho de acceso a los servicios públicos de comunicación audiovisual.

n) Protección de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito audiovisual.

ñ) Colaboración de los titulares de derechos de autor y derechos conexos, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, los servicios de pagos electrónicos o de publicidad, y otros interesados, para la eliminación de los contenidos y actividades vulneradoras de los derechos de propiedad intelectual.

o) Fomento de contenidos audiovisuales que promuevan el respeto a la naturaleza, las acciones que tengan como objetivo la preservación del medio ambiente y alerten de las consecuencias provocadas por el cambio climático.

p) Fomento de contenidos audiovisuales que promuevan el bienestar de los animales.

5. La Administración General del Estado fomentará cuando proceda, de acuerdo con el principio de subsidiariedad y proporcionalidad y sin perjuicio de los códigos de conducta nacionales, la elaboración de códigos de conducta de ámbito europeo o internacional.

TÍTULO II

La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo

CAPÍTULO I

Régimen jurídico y títulos habilitantes para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Artículo 16. *Régimen jurídico del servicio de comunicación audiovisual televisivo.*

1. El servicio de comunicación audiovisual televisivo es un servicio de interés general que se presta en ejercicio de la responsabilidad editorial de conformidad con los principios del título I y al amparo de los derechos constitucionales a la libertad de expresión, a comunicar y recibir información, a participar en la vida política, económica, cultural y social y a la libertad de empresa.

2. La responsabilidad editorial de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo no prejuzgará su responsabilidad legal por los contenidos o los servicios prestados o las opiniones difundidas por terceros en su servicio.

Artículo 17. *Títulos habilitantes para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo requiere, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente, comunicación fehaciente ante la autoridad audiovisual competente y previa al inicio de la actividad, de acuerdo con lo previsto en el capítulo II.

2. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres requerirá licencia previa otorgada mediante concurso por la autoridad audiovisual competente, de acuerdo con lo previsto en el capítulo III.

CAPÍTULO II

Servicios de comunicación audiovisual televisivos en régimen de comunicación previa

Artículo 18. *Comunicación previa.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo que no sea mediante ondas hertzianas terrestres requerirá la comunicación fehaciente y previa al inicio de la actividad a la autoridad audiovisual competente, de acuerdo con el procedimiento establecido reglamentariamente o en la normativa autonómica correspondiente.

2. La comunicación fehaciente y previa permitirá al prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo iniciar la actividad audiovisual desde el momento de su presentación, de conformidad con el artículo 69.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección atribuidas al órgano competente para su recepción y gestión.

Artículo 19. *Comunicación previa sin efectos.*

1. La comunicación previa no producirá ningún efecto en los siguientes casos:

a) Cuando sea realizada por personas físicas o jurídicas que, estando habilitadas para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo en cualquier Estado miembro de la Unión Europea, hayan sido sancionadas por resolución administrativa o judicial en los dos años anteriores con la privación de sus efectos o con su revocación.

b) Cuando sea realizada por personas físicas o jurídicas que, estando habilitadas para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo en cualquier Estado miembro de la Unión Europea, hayan sido sancionadas por resolución administrativa o judicial por vulneración de la normativa en materia de menores.

c) Cuando sea realizada por personas físicas o jurídicas que, estando habilitadas para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo en cualquier Estado miembro de la Unión Europea, hayan visto prohibidas sus actividades durante los dos últimos años por atentar contra derechos reconocidos en el Convenio Europeo de Derechos Humanos o lo dispuesto en la normativa europea en materia de protección de menores.

2. Por resolución de la autoridad audiovisual competente, en el plazo de tres meses desde que se realizó la comunicación previa, se podrá declarar la concurrencia de cualquiera de las circunstancias previstas en el apartado anterior y, en su caso, la imposibilidad de instar un procedimiento similar con el mismo objeto y la duración de dicha imposibilidad, de conformidad con el procedimiento establecido reglamentariamente.

3. En aquellos casos en los que la prohibición para prestar el servicio dentro de un Estado miembro de la Unión Europea a una persona física o jurídica esté motivada por razones de extrema gravedad, como la incitación a la comisión de un delito o de un acto terrorista, la autoridad audiovisual competente podrá dictar las medidas provisionales necesarias para salvaguardar el interés general conforme a lo dispuesto en el artículo 56 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de forma previa a la resolución prevista en el apartado 2.

Artículo 20. *Pérdida de validez de la condición de prestador adquirida a través de la comunicación previa.*

1. El prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo dejará de tener dicha condición de forma general en los supuestos enunciados en el apartado 4 del artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre y, en particular, en los siguientes casos:

a) Por el cese en la actividad del prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

b) Por extinción de la personalidad jurídica del prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo, salvo en los supuestos de fusión, concentración, escisión, aportación o transmisión de empresas o ramas de actividad de las mismas, en los que así se establezca en el contrato, siempre que reúna las condiciones de capacidad.

c) Por muerte o incapacidad sobrevenida del prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

d) Por sanción administrativa firme, de acuerdo con lo establecido en el título X que determine la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

2. La pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo será acordada por resolución de la autoridad audiovisual competente, de conformidad con el procedimiento establecido reglamentariamente o en la normativa de las respectivas Comunidades Autónomas.

CAPÍTULO III

Servicios de comunicación audiovisual televisivos en régimen de licencia

Sección 1.ª Régimen jurídico de la licencia

Artículo 21. *Régimen jurídico de la licencia para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres exige ser titular de una licencia otorgada mediante concurso por la autoridad audiovisual competente. En el caso de prestación del servicio público, se estará a lo dispuesto en el título III.

2. El otorgamiento de la licencia audiovisual o del título habilitante equivalente llevará aparejada una concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico reservado para la prestación del servicio de conformidad con la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

Artículo 22. *Competencia para el otorgamiento de licencias de ámbito estatal.*

El otorgamiento de licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres de ámbito estatal corresponde al Consejo de Ministros.

Artículo 23. *Competencia para el otorgamiento de licencias de ámbito autonómico y local.*

Corresponde a las Comunidades Autónomas determinar la autoridad audiovisual competente para otorgar licencias para la prestación de servicios de comunicación audiovisual televisivos mediante ondas hertzianas terrestres de ámbito autonómico y local.

Artículo 24. *Requisitos para ser titular de una licencia.*

1. Podrán ser titulares de licencias para prestar el servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres las personas físicas o jurídicas que reúnan alguna de las siguientes condiciones:

a) Tener la nacionalidad de un Estado miembro de la Unión Europea o la de cualquier Estado que, de acuerdo con su normativa interna, reconozca este derecho a las personas físicas y jurídicas españolas.

b) Tener establecido su domicilio social en un Estado miembro de la Unión Europea o en cualquier Estado que, de acuerdo con su normativa interna, reconozca este derecho a las personas jurídicas españolas.

c) Tener un representante domiciliado en España a efectos de notificaciones.

2. En caso de personas jurídicas, la participación en su capital social de personas físicas o jurídicas nacionales de países no miembros de la Unión Europea deberá cumplir las siguientes dos condiciones:

a) En los países de origen de los interesados esté permitida la participación de personas físicas o jurídicas españolas en el capital social de empresas audiovisuales, en los mismos términos pretendidos, en aplicación del principio de reciprocidad.

b) La participación individual no podrá superar directa o indirectamente el veinticinco por ciento del capital social ni el cincuenta por ciento si se trata de varias personas físicas o jurídicas.

Artículo 25. *Limitaciones en el otorgamiento de licencias por razones de orden público audiovisual.*

No podrán ser titulares de una licencia las personas físicas o jurídicas que se encuentren en alguna de las siguientes circunstancias:

a) Aquellas personas que, habiendo sido titulares de una licencia para cualquier ámbito, hayan sido sancionadas con su revocación firme en los dos últimos años anteriores a la solicitud mediante resolución administrativa firme.

b) Las personas jurídicas en cuyo capital social tengan una participación significativa, de acuerdo con lo previsto en el artículo 38 o, en su caso, de control, directo o indirecto, personas que se encuentren en la circunstancia contemplada en la letra a).

c) Aquellas personas que, habiendo prestado el servicio de comunicación audiovisual televisivo en otro Estado miembro de la Unión Europea, hayan visto prohibidas sus actividades durante los dos últimos años por atentar contra derechos reconocidos en el Convenio Europeo de Derechos Humanos o lo dispuesto en materia de protección de menores.

d) Aquellas personas incursas en alguna de las prohibiciones para contratar previstas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

Artículo 26. *Concursos para la concesión de licencias.*

1. Las licencias disponibles de la misma naturaleza e idéntico ámbito deberán ser otorgadas mediante concurso de forma simultánea, en el marco de la planificación de espectro radioeléctrico realizada por el Estado, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo siguiente.

2. El procedimiento del concurso para el otorgamiento de licencias deberá:

a) Regirse por los principios de publicidad, transparencia y competencia.

b) Prever la instrucción del procedimiento por un órgano distinto del que resuelve.

c) Resolverse mediante resolución motivada, en el plazo máximo de doce meses desde su convocatoria.

3. Las bases de la convocatoria del concurso serán aprobadas por Acuerdo del Consejo de Ministros a propuesta del departamento ministerial competente en el caso de las licencias de ámbito estatal, y por la autoridad audiovisual competente en el caso de las licencias de ámbito autonómico y local. En las bases de la convocatoria se incluirán, en todo caso, la solvencia y los medios con que cuenten los concurrentes para la explotación de la licencia como criterios que habrán de ser tenidos en cuenta en la adjudicación.

4. Transcurridos seis meses desde que se haya planificado una reserva de dominio público radioeléctrico sin que la autoridad audiovisual competente haya solicitado su afectación al servicio público de comunicación audiovisual, o convocado el correspondiente concurso, cualquier interesado puede instar la convocatoria del concurso.

5. Transcurridos dieciocho meses desde que se haya planificado una reserva de dominio público radioeléctrico sin que la autoridad audiovisual competente haya solicitado su afectación al servicio público de comunicación audiovisual, o convocado el correspondiente concurso, y sin que ningún interesado haya instado dicha convocatoria, la autoridad estatal competente en materia de planificación y gestión del espectro radioeléctrico, conforme a lo dispuesto en la normativa general de telecomunicaciones y a través de la modificación del Plan Técnico Nacional correspondiente, podrá dar un uso más eficaz o eficiente a ese dominio público radioeléctrico, previa audiencia, en su caso, de la Comunidad Autónoma afectada.

Artículo 27. *Convocatoria de concursos en caso de extinción de una licencia.*

1. En caso de extinción de una licencia, la autoridad audiovisual competente deberá convocar, en un plazo máximo de seis meses, el correspondiente concurso para la adjudicación de otra licencia.
2. Transcurrido el plazo previsto en el apartado anterior sin que se hubiera convocado el correspondiente concurso, cualquier interesado puede instar la convocatoria del concurso.

Artículo 28. *Contenido mínimo de la licencia.*

1. El pliego de bases de la convocatoria del concurso establecerá las condiciones de la prestación del servicio de comunicación audiovisual.
2. En todo caso, el contenido mínimo de la licencia incluirá:

a) El ámbito territorial de la emisión.
b) El número de servicios de comunicación audiovisual.
c) Tipo de emisión.
d) Emisión en abierto o mediante acceso condicional.

3. El pliego de bases de la convocatoria del concurso especificará expresamente las condiciones esenciales de la licencia.
4. Las mejoras tecnológicas que permitan un mayor aprovechamiento del dominio público para la comunicación audiovisual no habilitarán para rebasar las condiciones establecidas en la licencia y, en particular, para disfrutar de un mayor número de servicios de comunicación audiovisual televisivos en abierto o de acceso condicional cuya emisión se hubiera habilitado.

Artículo 29. *Duración y renovación de la licencia.*

1. La licencia se otorgará para la explotación por el licenciatario y por un plazo de quince años.
2. Las sucesivas renovaciones de las licencias serán automáticas, y por el mismo plazo estipulado inicialmente para su disfrute, siempre que:

a) Se satisfagan las mismas condiciones exigidas que para ser titular de ella y se hayan cumplido las establecidas para la prestación del servicio.
b) No existan obstáculos técnicos sobrevenidos e insalvables en relación con el espectro de las licencias afectadas.
c) El titular de la licencia se encuentre al corriente en el pago de las tasas por la reserva del dominio público radioeléctrico, y de las previstas en esta ley.

3. Excepcionalmente, la renovación automática de la licencia prevista en el apartado anterior no tendrá lugar y deberá procederse a su adjudicación mediante el correspondiente concurso conforme a lo establecido en el artículo 26 en el caso de que concurran conjuntamente los siguientes requisitos:

a) Que el espectro radioeléctrico esté agotado.
b) Que exista un tercero o terceros que pretendan la concesión de la licencia.
c) Que lo hayan solicitado con un plazo de antelación de al menos veinticuatro meses respecto de la fecha de vencimiento.
d) Que el solicitante o los solicitantes cumplan los mismos requisitos que fueron tenidos en cuenta para la obtención de la licencia por parte del adjudicatario o adjudicatarios.

Artículo 30. *Modificación de las condiciones de la licencia.*

La autoridad audiovisual competente podrá modificar las condiciones de la licencia antes de que finalice su plazo de vigencia para adecuar las obligaciones del titular a:

a) Las nuevas condiciones técnicas en la gestión del espacio radioeléctrico.
b) La evolución de la tecnología que permita una prestación de la actividad más adecuada, especialmente de las condiciones que establece la licencia.

Artículo 31. *Extinción de la licencia.*

La licencia se extinguirá por las siguientes causas:

a) Transcurso del plazo para el que fue otorgada sin que se produzca su renovación.
b) Extinción de la personalidad jurídica de su titular salvo en los supuestos de fusión, concentración, escisión, aportación o transmisión de empresas o ramas de actividad de las mismas, en los que así se establezca en el contrato, siempre que reúna las condiciones de capacidad y no se incurra en ninguna de las prohibiciones para contratar previstas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre.
c) Muerte o incapacidad sobrevenida del titular.
d) Revocación por no haber sido utilizada en el plazo de doce meses desde que hubiera obligación legal de comenzar las emisiones o por haberlo hecho con fines o modalidades distintas para los que fue otorgada.
e) Revocación por haber sido sancionado de acuerdo con lo previsto en el artículo 160.1.c), subapartado 1.º.
f) Revocación por incumplimiento de las condiciones esenciales de la licencia, a que se refiere el artículo 28.3.
g) Renuncia de su titular.

Sección 2.ª Negocios jurídicos sobre la licencia

Artículo 32. *Negocios jurídicos sobre la licencia.*

1. La celebración de negocios jurídicos cuyo objeto sea una licencia de comunicación audiovisual requerirá autorización previa de la autoridad audiovisual competente y estarán sujetos, en todo caso, al pago de una tasa que será determinada por el Gobierno, para las licencias de ámbito estatal, o por las Comunidades Autónomas, para el resto de los supuestos. Esta autorización solo podrá ser denegada cuando el solicitante no acredite el cumplimiento de todas las condiciones legalmente establecidas para su obtención o no se subrogue en las obligaciones del anterior titular.
2. La transmisión y arrendamiento estarán sujetos, además, a las siguientes condiciones:

a) Para la celebración de ambos negocios jurídicos deberán haber transcurrido al menos dos años desde la adjudicación inicial de la licencia.
b) Cuando se lleven a cabo con personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo estarán sometidos al principio de reciprocidad y devengarán el pago de la tasa establecida legalmente. En atención a lo dispuesto en los Tratados y Convenios Internacionales de los que España sea parte, y previo informe de la autoridad audiovisual competente, el Consejo de Ministros o el órgano competente de la Comunidad Autónoma podrán autorizar excepcionalmente y por razones de interés general una operación cuando dicho principio no sea satisfecho.
c) Cuando la licencia comporte la adjudicación de dos o más servicios, no se podrá arrendar más del 50 por 100 de la capacidad de la licencia.

3. Solo se autorizará el arrendamiento si el arrendatario acredita previamente el cumplimiento de todas las condiciones legalmente establecidas para la obtención de la licencia. El arrendatario de una licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal mediante ondas hertzianas terrestres tendrá la consideración de prestador de dicho servicio.
4. Está prohibido el subarriendo.
5. Deberá garantizarse el cumplimiento de la oferta mediante la cual se obtuvo la adjudicación de la licencia.

Artículo 33. *Cesión de la señal del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico.*

1. El licenciatario del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal mediante ondas hertzianas terrestres podrá ceder libremente a terceros, debidamente inscritos conforme a lo dispuesto en el artículo 37, la señal de sus servicios para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico.

2. El prestador del servicio público de comunicación audiovisual televisivo cederá, sin contraprestación económica, a terceros, debidamente inscritos conforme a lo dispuesto en el artículo 37, la señal de sus servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales mediante ondas hertzianas terrestres para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico, garantizando, en todo caso, su derecho a acceder a los datos de consumo de sus contenidos audiovisuales.

La inclusión en un catálogo de programas de los contenidos audiovisuales que formen parte de la señal cedida, no se entenderá comprendida dentro de la cesión prevista en el párrafo anterior y requerirá un acuerdo previo entre las partes que garantice, en todo caso, el derecho del prestador del servicio público de comunicación audiovisual a acceder a los datos de consumo de sus contenidos audiovisuales en dicho servicio a petición.

Artículo 34. *Colaboración con la autoridad audiovisual competente.*

1. La autoridad audiovisual competente podrá requerir en todo momento a los titulares de licencias para que aporten los contratos relacionados con la prestación del servicio de comunicación audiovisual siempre que pueda afectar al cumplimiento del título habilitante.

2. La falta de contestación al requerimiento previsto en el apartado anterior será considerada falta grave, de conformidad con lo previsto en el artículo 158.30.

Sección 3.ª Pluralismo en los mercados de comunicación audiovisual televisivos lineales mediante ondas hertzianas terrestres

Artículo 35. *Pluralismo en el mercado de comunicación audiovisual televisivo lineal mediante ondas hertzianas terrestres.*

1. Las personas físicas y jurídicas pueden ser titulares simultáneamente de participaciones sociales o derechos de voto en diferentes prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

2. No obstante, ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, cuando la audiencia media del conjunto de los servicios de ese prestador supere el veintisiete por ciento de la audiencia total durante los doce meses consecutivos anteriores a la adquisición.

3. La superación del veintisiete por ciento de la audiencia total con posterioridad a la adquisición de una nueva participación significativa no tendrá ningún efecto sobre el titular de la misma.

4. Las participaciones sociales o los derechos de voto de personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo estarán sujetas al cumplimiento del principio de reciprocidad. De producirse un incremento en las participaciones que, a la entrada en vigor de esta ley, ostenten las personas físicas y jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo, el porcentaje total que ostenten en el capital social del prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo deberá ser, en todo momento, inferior al cincuenta por ciento del mismo.

5. Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo:

a) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a dos canales múltiplex.

b) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a un canal múltiplex.

6. Ninguna persona física o jurídica titular o partícipe en el capital social de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en el capital de otro prestador del mismo servicio, cuando ello suponga impedir la existencia de, al menos, tres prestadores privados

distintos del servicio de comunicación audiovisual televisivo en el ámbito estatal, asegurándose el respeto al pluralismo informativo.

Artículo 36. *Emisión en cadena en servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales mediante ondas hertzianas terrestres de ámbito local.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de ámbito local podrán dar cobertura a uno o a varios municipios y, en su caso, a un ámbito insular completo, de conformidad con el Plan Técnico Nacional correspondiente.
2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de ámbito local podrán realizar emisiones en cadena con otras entidades autorizadas siempre y cuando el total del tiempo de emisión en cadena no supere el veinticinco por ciento semanal del tiempo de programación y dicho porcentaje no se concentre entre las 21:00 a 24:00 horas.
3. A los efectos de lo previsto en el apartado anterior, no se considerará emisión en cadena la emisión de programas que hayan sido coproducidos o producidos de forma sindicada por los prestadores del servicio de comunicación televisivo de ámbito local, siempre que el porcentaje de sindicación mínima sea del doce por ciento del total del proyecto.
4. El derecho de emisión en cadena previsto en este artículo se entiende sin perjuicio de la competencia de las Comunidades Autónomas con relación a los prestadores que hayan obtenido licencias en sus respectivos ámbitos territoriales.

CAPÍTULO IV

Registro de prestadores y publicidad del régimen de propiedad de los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma

Artículo 37. *Registros de prestadores del servicio de comunicación audiovisual.*

1. El prestador del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal se inscribirá en el Registro estatal de carácter público.
2. El prestador del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico se inscribirá en el Registro autonómico de carácter público.
3. El prestador del servicio de comunicación audiovisual inscribirá y mantendrá actualizada en los registros previstos en los apartados anteriores, como mínimo, la siguiente información:

a) Titulares de participaciones significativas, conforme a lo previsto en el artículo siguiente, en los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, indicando el porcentaje de capital que ostenten.
b) Número y proporción de mujeres integrantes del órgano de administración de la sociedad.
c) Punto de contacto con el prestador a disposición del espectador para la comunicación directa con el responsable editorial y garantizar el derecho de queja y réplica.

Artículo 38. *Participaciones significativas.*

1. A los efectos de lo dispuesto en la presente ley, se entiende por participación significativa la que represente, directa o indirectamente:

a) El tres por ciento del capital social.
b) El treinta por ciento de los derechos de voto o porcentaje inferior, si sirviera para designar en los veinticuatro meses siguientes a la adquisición un número de consejeros que representen más de la mitad de los miembros del órgano de administración de la sociedad.

2. Se consideran poseídas o adquiridas por una misma persona física o jurídica las acciones u otros valores poseídos o adquiridos por las entidades pertenecientes a un mismo grupo de sociedades de forma concertada o formando una unidad de decisión, o por personas que actúen en nombre propio, pero por cuenta de aquélla, de conformidad con la legislación mercantil.

Artículo 39. *Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.*

1. Se crea, dependiente del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.

2. Se inscribirán en el Registro previsto en este artículo los siguientes prestadores:

a) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal.

b) Prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

c) Prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

d) Prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

e) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito estatal.

f) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición de ámbito estatal.

g) Usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma conforme a lo establecido en el artículo 94.2.

3. La gestión del Registro previsto en este artículo será exclusivamente electrónica.

4. Reglamentariamente se establecerá la organización y funcionamiento del Registro previsto en este artículo.

Artículo 40. *Acceso público al Registro estatal.*

Las inscripciones del Registro estatal previsto en el artículo anterior serán públicas y los asientos registrales practicados serán de libre acceso para su consulta por cualquier persona con los límites establecidos en los artículos 14 y 15 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como reutilizables, de conformidad con lo previsto en la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.

Artículo 41. *Cooperación entre registros audiovisuales.*

1. Las autoridades audiovisuales competentes del Estado y de las Comunidades Autónomas articularán un cauce que asegure la cooperación entre el Registro estatal previsto en el artículo 39 y los registros autonómicos y facilite el acceso por medios electrónicos al conjunto de datos obrantes en los mismos.

2. Se favorecerá la federación de los registros autonómicos con el Registro estatal previsto en el artículo 39, y la información contenida en dicho registro, así como cualquier actualización de la misma se facilitará a la base de datos centralizada de prestadores de servicios de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma de la que es responsable la Comisión Europea.

Artículo 42. *Publicidad del régimen de propiedad de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma deberán hacer accesibles en los respectivos sitios web corporativos, de una forma fácilmente comprensible y en formato electrónico y reutilizable, en la lengua oficial del Estado y en las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, la siguiente información, sin perjuicio de las obligaciones que les puedan corresponder en virtud de la Ley 34/2002, de 11 de julio, la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, y de la normativa en materia de información no financiera y diversidad contenida en el Código de Comercio; en el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, y en la Ley 22/2015 de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas:

a) Denominación y domicilio social, datos de contacto, incluido correo electrónico, así como si tiene ánimo de lucro o no o si está participada por un Estado.

b) Establecimiento en España y autoridad audiovisual de supervisión competente.

c) Personas físicas o jurídicas titulares en última instancia de la responsabilidad editorial o autores del contenido editorial.

d) Personas físicas o jurídicas propietarias o titulares de participaciones significativas en los términos del artículo 38.

CAPÍTULO V

Prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Artículo 43. *Libertad de prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual televisivo.*

1. Se garantiza la libertad de recepción en todo el territorio español del servicio de comunicación audiovisual televisivo cuyo titular se encuentre establecido en un Estado miembro de la Unión Europea.

2. Cuando el servicio de comunicación audiovisual televisivo previsto en el apartado anterior emplee ondas hertzianas terrestres o satelitales deberá asegurarse de que no interfieran técnicamente en las emisiones de los prestadores establecidos bajo jurisdicción española.

3. Se asegurará una adecuada planificación del espectro radioeléctrico en las zonas limítrofes con países de la Unión Europea o firmantes del Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza que posibilite la libre recepción del servicio de comunicación audiovisual.

Artículo 44. *Límites a la libertad de recepción de servicios prestados desde la Unión Europea.*

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, con carácter excepcional y de conformidad con los procedimientos previstos en los artículos 45 y 46, podrá limitar la libertad de recepción del servicio audiovisual televisivo procedente de un Estado miembro de la Unión Europea o de un Estado parte del Convenio de Televisión Transfronteriza cuando dicho servicio:

a) Contenga incitaciones al odio por los motivos mencionados en el artículo 4.2.

b) Pueda perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.

c) Vaya en detrimento o presente un riesgo serio y grave de ir en detrimento de la salud pública.

d) Contenga una provocación pública a la comisión de un delito de terrorismo.

e) Incluya contenido que pueda perjudicar la salvaguarda de la seguridad y defensa nacionales.

Artículo 45. *Procedimiento de suspensión de la libertad transfronteriza de emisiones.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá acordar restringir con carácter provisional la libertad de recepción de un servicio de comunicación audiovisual televisivo en territorio español en caso de que un servicio de comunicación audiovisual ofrecido por un prestador de servicios de comunicación sujeto a la jurisdicción de otro Estado miembro incurra de manera manifiesta, seria y grave en alguna infracción contenida en las letras a), b) o c) del artículo 44, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

a) Que, durante los 12 meses anteriores, el prestador del servicio de comunicación haya actuado al menos en dos ocasiones previas de una o más de las formas indicadas en el párrafo anterior.

b) Que se hayan notificado al titular del servicio de comunicación audiovisual televisivo, al Estado miembro que tiene jurisdicción sobre dicho prestador y a la Comisión Europea las infracciones alegadas y las medidas que tiene intención de adoptar en caso de que se produzca de nuevo dicha infracción.

c) Que se haya dado audiencia al prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo en relación con las infracciones alegadas.

d) Que se haya iniciado una negociación con la Comisión Europea y el Estado miembro de la Unión Europea que no hayan desembocado en un arreglo amistoso transcurrido el primer mes desde la notificación a ambos.

2. La medida prevista en el apartado anterior deberá levantarse si la Comisión Europea, en el procedimiento previsto en el artículo 3.2 de la Directiva 2010/13/UE, determina que no es compatible con el Derecho de la Unión y solicita que se ponga fin a dicha medida.

Artículo 46. *Procedimiento urgente de suspensión de libertad transfronteriza.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá acordar restringir la libertad de recepción de un servicio de comunicación audiovisual televisivo en territorio español en caso de que un servicio de comunicación audiovisual ofrecido por un prestador de servicios de comunicación sujeto a la jurisdicción de otro Estado miembro incurra de manera manifiesta, seria y grave en alguna infracción contenida en las letras d) o e) del artículo 44, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

a) Que durante los doce meses anteriores la infracción mencionada en el párrafo anterior se haya cometido al menos en una ocasión.

b) Que se hayan notificado al titular del servicio de comunicación audiovisual televisivo, al Estado miembro de la Unión Europea que tiene jurisdicción sobre dicho prestador y a la Comisión Europea las infracciones alegadas y las medidas que tiene intención de adoptar en caso de que se produzca de nuevo dicha infracción.

c) Que se haya dado audiencia al prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo en relación con las infracciones alegadas.

2. La medida prevista en el apartado anterior deberá levantarse si la Comisión Europea, en el procedimiento previsto en el artículo 3.3 de la Directiva 2010/13/UE, determina que no es compatible con el Derecho de la Unión y solicita que se ponga fin a dicha medida.

3. Excepcionalmente, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá establecer, como máximo un mes después de haberse producido la infracción alegada, excepciones a las condiciones fijadas en las letras a) y b) del apartado 1 de este artículo. Cuando así ocurra se notificará en el plazo más breve posible a la Comisión Europea y al Estado miembro de la Unión Europea a cuya jurisdicción esté sometido el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

4. La medida prevista en el apartado anterior deberá levantarse si la Comisión Europea, en el procedimiento previsto en el artículo 3.5 de la Directiva 2010/13/UE, determina que no es compatible con el Derecho de la Unión y solicita que se ponga fin a dicha medida.

Artículo 47. *Medidas de salvaguarda respecto de servicios de comunicación audiovisual televisivos dirigidos, total o principalmente, al territorio español.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá adoptar medidas de salvaguarda de la legislación española cuando el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo sujeto a la jurisdicción de otro Estado miembro de la Unión Europea dirija su servicio total o principalmente al territorio nacional y se hubiera establecido en ese Estado miembro de la Unión Europea para eludir las normas españolas más estrictas.

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá ponerse en contacto con el Estado miembro de la Unión Europea bajo cuya jurisdicción se encuentra el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo para lograr una solución de los problemas planteados que resulte mutuamente satisfactoria, mediante petición debidamente motivada.

3. Si en el plazo de dos meses desde la petición no se alcanzase una solución satisfactoria, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá adoptar las medidas de salvaguarda de la legislación española objetivamente necesarias, no discriminatorias y proporcionadas, siempre que haya aportado pruebas que demuestren que el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo en cuestión se ha establecido bajo la jurisdicción de otro Estado miembro de la Unión Europea para eludir las normas más estrictas que le serían de aplicación si se hubiese establecido en España.

4. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificará a la Comisión Europea y al Estado miembro de la Unión Europea bajo cuya jurisdicción se halla el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo, con carácter previo a su adopción, el proyecto de medidas de salvaguarda de la legislación española a aplicar, su justificación y los documentos que acrediten que se ha respetado el derecho de defensa del prestador del servicio de comunicación audiovisual y se le ha dado la oportunidad de expresar su opinión.

5. La medida prevista en el apartado anterior deberá levantarse si la Comisión Europea, en el procedimiento previsto en el artículo 4.5 de la Directiva 2010/13/UE, determina que no es compatible con el Derecho de la Unión y solicita que se ponga fin a dicha medida.

Artículo 48. *Cooperación de las autoridades audiovisuales competentes con las autoridades regulatorias audiovisuales de otros Estados miembros de la Unión Europea.*

En el contexto del intercambio mutuo de información entre autoridades u organismos reguladores audiovisuales nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea, se establecen las siguientes medidas:

a) Cuando la autoridad audiovisual competente para la llevanza del Registro previsto en el artículo 39 reciba información de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo sujeto a jurisdicción española de que prestará un servicio total o principalmente dirigido a la audiencia de otro Estado miembro, informará a la autoridad u organismo regulador nacional del Estado miembro de recepción.

b) Cuando la autoridad audiovisual competente para la llevanza del Registro previsto en el artículo 39 reciba una solicitud relativa a las actividades de un prestador cuya jurisdicción le corresponda a España por parte de una autoridad regulatoria de otro Estado miembro de la Unión Europea a cuyo territorio se dirige dicho prestador, la autoridad audiovisual competente en España dará curso a la solicitud en el plazo máximo de dos meses.

c) En caso de que la información recibida se refiera a un prestador de servicios de comunicación audiovisual inscrito en un Registro autonómico, la autoridad audiovisual competente para la llevanza del Registro estatal obtendrá la información requerida mediante los mecanismos de cooperación de los registros audiovisuales regulada en el artículo 41 y, si fuera necesario, realizará un requerimiento de información a la autoridad audiovisual competente de carácter autonómico.

CAPÍTULO VI

Prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres

Artículo 49. *Servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro prestado mediante ondas hertzianas terrestres.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres se realizará en el ámbito geográfico local o inferior, de acuerdo con la legislación autonómica aplicable y de conformidad con las siguientes condiciones:

a) Requerirá licencia concedida por la autoridad audiovisual autonómica competente, en el marco de la planificación de espectro radioeléctrico realizada por el Estado correspondiente para los servicios de comunicación audiovisual televisivos locales. A estos efectos, la autoridad estatal competente en materia de planificación y gestión del espectro radioeléctrico reservará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

b) No incluirá ningún tipo de comunicación comercial audiovisual, salvo aquellas cuyo objeto sea exclusivamente promocionar bienes y servicios relacionados con la actividad de personas físicas o jurídicas establecidas en el ámbito de cobertura del servicio, así como los anuncios de servicio público o de carácter benéfico.

c) La licencia no podrá ser objeto de transmisión, arrendamiento, cesión o cualquier otro negocio jurídico, y se extinguirá conforme a lo dispuesto en el artículo 31.

2. Las Comunidades Autónomas podrán desarrollar la regulación de esta modalidad de servicio de comunicación audiovisual en lo que se refiere a los requisitos de prestación y actividad.

TÍTULO III

La prestación del servicio público de comunicación audiovisual

CAPÍTULO I

El servicio público de comunicación audiovisual

Artículo 50. *Definición de servicio público de comunicación audiovisual.*

El servicio público de comunicación audiovisual es un servicio esencial de interés económico general, prestado por el Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales según lo dispuesto en el artículo 53, consistente en la producción, edición y difusión de programas, contenidos y servicios audiovisuales diversos, para todo tipo de públicos y de todo tipo de géneros, a través de servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos y servicios de televisión conectada.

Artículo 51. *Misión del servicio público de comunicación audiovisual.*

El servicio público de comunicación audiovisual tiene como misión:

a) Difundir programas que fomenten los principios y valores constitucionales y, en especial, el de igualdad, con inclusión de la igualdad entre mujeres y hombres, el de libertad de información y la libertad de expresión, contribuyendo a la formación de una opinión pública plural.

b) Reflejar en la programación el pluralismo político, social y cultural de la sociedad.

c) Promover el acceso al conocimiento cultural, científico, histórico y artístico de la sociedad, así como satisfacer sus necesidades informativas, culturales, educativas y de entretenimiento con programas de calidad, así como con programas especialmente dirigidos a la infancia, y a la alfabetización mediática de la ciudadanía.

d) Dar a conocer la diversidad cultural y lingüística.

Artículo 52. *Principios de funcionamiento del servicio público de comunicación audiovisual.*

Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual actuarán en el desempeño de su misión de servicio público con sujeción a los valores esenciales de universalidad en el acceso, independencia, diversidad, igualdad, innovación, excelencia y responsabilidad y, en todo caso, de acuerdo con los principios generales de la comunicación audiovisual establecidos en el título I.

Artículo 53. *La prestación del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. El Estado podrá acordar la prestación del servicio público de comunicación audiovisual en abierto, de carácter generalista o temático, de ámbito estatal conforme a lo establecido en esta ley y en su normativa de desarrollo.

2. Las Comunidades Autónomas y Entidades Locales podrán acordar la prestación del servicio público de comunicación audiovisual en abierto, de carácter generalista o temático, en función de las circunstancias y peculiaridades concurrentes en los ámbitos geográficos correspondientes conforme a lo establecido en esta ley y en la correspondiente normativa autonómica.

3. Todo prestador del servicio público de comunicación audiovisual deberá contar con la organización, estructura y recursos humanos y económicos suficientes para asegurar el cumplimiento de la misión de servicio público.

4. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual y las entidades dependientes o sociedades sobre las que cualquiera de las anteriores ejerza el control, en los términos del artículo 42 del Código de Comercio, no podrán participar en el capital social

de prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de titularidad privada.

5. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual no podrán dedicar servicios a emitir en exclusiva comunicaciones comerciales audiovisuales.

6. La encomienda de gestión para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual a través de ondas hertzianas terrestres en el ámbito estatal y el acuerdo de prestación del servicio público audiovisual a través de ondas hertzianas terrestres en el ámbito autonómico y local tendrán la consideración de título habilitante equivalente a la licencia, y llevarán aparejada una concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico reservado para la prestación del servicio de conformidad con la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

7. La encomienda de gestión para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal y el acuerdo de prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico y local serán título suficiente para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual mediante cualquier modalidad tecnológica distinta a la emisión mediante ondas hertzianas terrestres.

CAPÍTULO II

Gobernanza de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual

Artículo 54. *Mandato-marco.*

1. Las Cortes Generales aprobarán el mandato-marco correspondiente a la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal por un periodo de ocho años prorrogable.

2. Las Comunidades Autónomas fijarán los objetivos generales de la función de servicio público normativamente para un periodo máximo de ocho años prorrogable.

3. El mandato-marco correspondiente a la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal deberá incluir, como mínimo:

a) Objetivos generales de la función de servicio público que tienen encomendados los prestadores del servicio público que incluirán, en todo caso, los siguientes:

1.º El fomento de los principios y valores constitucionales.

2.º La actuación independiente respecto del Gobierno o Administración correspondiente del ámbito en el que preste el servicio.

3.º La actuación neutral y sin posicionamiento ideológico más allá de los valores constitucionales.

4.º Dar cabida en la programación a todas las opciones y opiniones presentes en la sociedad.

5.º Un tratamiento informativo de los hechos imparcial y, en todo caso, que diferencie la información de la opinión.

6.º La información veraz de los hechos previo contraste a través de varias fuentes.

b) Modelo de gestión de la prestación del servicio.

c) Líneas estratégicas de contenidos y producción.

d) Política de servicios digitales e innovación.

e) Obligaciones financieras.

Artículo 55. *Contratos-programa.*

1. El Gobierno y la Corporación RTVE suscribirán, respecto de la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, el correspondiente contrato-programa por un periodo de cuatro años prorrogable, que concretará y desarrollará estratégica y organizativamente los objetivos aprobados en el mandato-marco.

2. Los órganos competentes de las Comunidades Autónomas suscribirán, respecto de la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, los contratos-programa por un periodo máximo de cuatro años prorrogable que concretarán y

desarrollarán estratégica y organizativamente los objetivos de su misión de servicio público y, en su caso, los objetivos aprobados en los correspondientes mandatos-marco.

3. El contrato-programa correspondiente a la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal incluirá, como mínimo, los siguientes extremos:

a) Oferta de televisión por cada uno de los servicios.
b) Oferta radiofónica.
c) Oferta de los servicios de televisión conectada y la de información en línea.
d) Oferta multiplataforma y multipantalla.
e) Planes estratégicos de producción.
f) Estrategia de innovación.
g) Previsión presupuestaria anual.
h) Estrategia económica.
i) Estrategia de recursos humanos.
j) Indicadores de transparencia de la gestión, calidad audiovisual y valor del servicio público, objetivamente cuantificables.
k) Estrategia de comunicación a la ciudadanía sobre el servicio público de comunicación audiovisual.

Artículo 56. *Órganos de gobernanza y gestión del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. Corresponderá al órgano de administración del prestador del servicio público de comunicación audiovisual, entre otros, el control administrativo y de gestión de dichas entidades.

2. Los criterios rectores de la dirección editorial del prestador del servicio público de comunicación audiovisual se informarán por un órgano cuya composición refleje el pluralismo político y social de su ámbito de cobertura.

3. En el nombramiento de los integrantes de los órganos de gobernanza y gestión del servicio público de comunicación audiovisual, los poderes públicos procurarán atender al principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Artículo 57. *Inscripción en el Registro del servicio de comunicación audiovisual correspondiente.*

1. Los servicios públicos de comunicación audiovisual se inscribirán en el Registro estatal o autonómico correspondiente identificando cada uno de los servicios prestados.

2. La encomienda de gestión para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal tendrá la consideración de título habilitante equivalente a la licencia a efectos de su inscripción en el Registro estatal.

3. El acuerdo de prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico tendrá la consideración de título habilitante equivalente a la licencia a efectos de su inscripción en el Registro autonómico correspondiente.

CAPÍTULO III

El control de la prestación del servicio público de comunicación audiovisual

Artículo 58. *El control por las Cortes Generales, asambleas legislativas y órganos de gobierno correspondientes.*

1. Corresponderá a las Cortes Generales el control sobre la actuación del prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, especialmente respecto del cumplimiento de las funciones de servicio público encomendadas.

2. Corresponderá a las Asambleas Legislativas de las Comunidades Autónomas y, en su caso, a los órganos de gobierno de las Entidades Locales, el control sobre la actuación de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico y local respectivamente.

3. En cumplimiento de lo previsto en los apartados anteriores, el prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal remitirá anualmente un informe sobre la ejecución y cumplimiento del mandato-marco y del correspondiente contrato-programa.

Artículo 59. *El control por las autoridades audiovisuales correspondientes.*

1. La autoridad audiovisual de ámbito estatal supervisará el cumplimiento de la misión de servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal anualmente, así como la adecuación de los recursos públicos asignados al cumplimiento de dicha misión.
2. Las autoridades audiovisuales de ámbito autonómico supervisarán el cumplimiento de la misión de servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico de conformidad con la normativa autonómica correspondiente.

Artículo 60. *El control económico-financiero.*

1. Corresponderá al Tribunal de Cuentas la fiscalización de la gestión económico-financiera del prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.
2. Las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales fiscalizarán la gestión económico-financiera de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico o local conforme a lo dispuesto en la normativa autonómica.

Artículo 61. *Análisis de valor público.*

1. La introducción de nuevos servicios por parte de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, cuando su estimación supere el diez por ciento del presupuesto anual de dicho prestador, requerirá un análisis previo del valor público. Este análisis será realizado por las autoridades audiovisuales de ámbito estatal o autonómico. A efectos de este precepto, se entenderá por nuevo servicio aquel que no esté incluido en ninguna de las obligaciones recogidas en el mandato-marco o contrato-programa suscrito por el prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal o autonómico.
2. El análisis de valor público de los nuevos servicios del prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal comprenderá, como mínimo, los siguientes extremos:

a) Evaluación del valor público de la propuesta, de conformidad con la misión de servicio público encomendada.
b) Estudio del impacto en el mercado y el análisis de las consecuencias sobre la competencia y la normativa europea en materia de ayudas de Estado.
c) Consulta pública sobre la propuesta por un mínimo de tres semanas, debiendo publicarse sus resultados posteriormente.

3. En el plazo máximo de tres meses, la autoridad audiovisual de ámbito estatal emitirá un informe en el que se contrastará la información obtenida y se realizará el análisis de valor público del nuevo servicio.

CAPÍTULO IV

La financiación del servicio público de comunicación audiovisual

Artículo 62. *Sistema de financiación del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. El sistema de financiación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal se establecerá mediante norma de rango legal, debiendo respetar los siguientes principios:

a) Compatibilidad con la normativa vigente en materia de competencia, en especial con la normativa de ayudas de Estado.
b) Garantía de estabilidad presupuestaria para el cumplimiento efectivo de las funciones de servicio público.

c) Sostenimiento exclusivo de actividades y contenidos relacionados con la función de servicio público.

2. El sistema de financiación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico se establecerá en la normativa autonómica correspondiente debiendo respetar como mínimo los principios establecidos en el apartado anterior.

Artículo 63. *Cuantificación del coste neto de la encomienda o acuerdo de prestación del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. El mandato-marco recogerá el sistema de cuantificación del coste neto de la encomienda del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal y el sistema de devolución que exceda de dicho coste neto, conforme a las siguientes reglas:

a) Obligación de los prestadores del servicio público de disponer de separación de cuentas por actividades y de una contabilidad analítica que separe la imputación de ingresos y costes de la actividad de servicio público de las restantes actividades, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 4/2007, de 3 de abril, de transparencia de las relaciones financieras entre las Administraciones públicas y las empresas públicas, y de transparencia financiera de determinadas empresas.

b) Asignación proporcional de los costes destinados de manera simultánea a desarrollar actividades de servicio público y otras que no lo son. Los que sean atribuibles en su totalidad a actividades de servicio público se asignarán íntegramente a éstas, aunque beneficien a actividades que no lo son.

2. Las Comunidades Autónomas determinarán las reglas para establecer el sistema de cuantificación del coste neto derivado del acuerdo de prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, así como su devolución cuando sea excesiva.

3. A los efectos de lo previsto en los apartados anteriores, la cuantificación del coste del servicio público de comunicación audiovisual equivale a la diferencia entre los costes totales de cada sociedad prestadora del servicio público de comunicación audiovisual y otros ingresos distintos de las compensaciones.

Artículo 64. *Mantenimiento de reservas para el cumplimiento del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual podrán mantener reservas de hasta un diez por ciento de la financiación anual presupuestada para el cumplimiento del servicio público, debiendo ser autorizadas previamente las reservas superiores solo en casos justificados para cubrir las necesidades de servicio público.

2. Las reservas previstas en el apartado anterior deberán ser utilizadas dentro de un plazo máximo de cuatro años.

3. Las reservas previstas en el apartado 1 no utilizadas transcurrido el plazo de cuatro años previsto en el apartado anterior se tendrán en cuenta para el cálculo de la compensación durante el siguiente período.

4. Al término de cada período de cuatro años deberá comprobarse si se ha mantenido un nivel de reservas anuales superior al diez por ciento, en cuyo caso deberá ajustarse a la baja la compensación por el servicio público prestado.

Artículo 65. *Separación estructural de actividades.*

Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual procederán progresivamente a la separación estructural de sus actividades para garantizar los precios de transferencia y el respeto a las condiciones de mercado, de conformidad con la Ley 4/2007, de 3 de abril.

Artículo 66. *Prohibición de bajar injustificadamente los precios de la oferta comercial o de presentar ofertas desproporcionadamente elevadas.*

Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual no podrán utilizar la compensación pública para bajar injustificadamente los precios de su oferta comercial y de servicios ni utilizar la compensación pública para presentar ofertas desproporcionadamente elevadas frente a competidores privados por derechos de emisión sobre contenidos en el mercado audiovisual, de conformidad con lo establecido por la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas de Estado a los servicios públicos de radiodifusión.

CAPÍTULO V

La prestación del servicio público de comunicación audiovisual estatal

Artículo 67. *La prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.*

El servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal es el servicio de comunicación audiovisual prestado por el Estado. Es un servicio esencial para el Estado basado en la necesidad de conciliar la rentabilidad social que debe inspirar su actividad con la obligación de dirigirse a la más amplia audiencia.

Artículo 68. *Encomienda de gestión directa del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal y reserva de espectro.*

1. Se encomienda a la sociedad mercantil estatal Corporación de Radio y Televisión Española, SA, la gestión directa del servicio público de la radio, televisión, servicios de televisión conectada y de información en línea de titularidad estatal en los términos definidos por la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, y por la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.
2. La encomienda de gestión constituye título fehaciente para la prestación, por parte de la Corporación de Radio y Televisión Española de servicios de comunicación audiovisual mediante ondas hertzianas terrestres, así como para su inscripción en el Registro estatal previsto en el artículo 39.
3. De conformidad con el Plan Técnico Nacional correspondiente, se reservará o se adjudicará a la Corporación de Radio y Televisión Española un máximo del veinticinco por ciento del espacio radioeléctrico disponible para el servicio de televisión de ámbito estatal, y un máximo del treinta y cinco por ciento del espacio radioeléctrico disponible para el servicio radiofónico de ámbito estatal.

Artículo 69. *Gobernanza y control del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.*

1. Las Cortes Generales aprobarán los mandatos-marco de la Corporación de Radio y Televisión Española con una vigencia de ocho años.
2. Los contratos-programa se elaborarán por la Corporación de Radio y Televisión Española y serán aprobados por Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, con una vigencia de cuatro años.
3. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a la Corporación de Radio y Televisión Española y la adecuación de los recursos públicos asignados, en los términos previstos en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
4. La composición de los órganos de gobernanza y gestión del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal atenderá al principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 52 y 54 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo.

5. Corresponderá al órgano de administración del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal:

a) Elaborar, adoptar y publicar Códigos de buenas prácticas y una Memoria Anual de Responsabilidad Social Corporativa y de cumplimiento de las misiones de servicio público encomendadas.

b) Elaborar e implementar un Plan Estratégico de Comunicación Corporativa, en el que se incluirán y ejecutarán estrategias de visibilidad y posicionamiento *online* para difundir entre la ciudadanía el cumplimiento de las misiones de servicio público encomendadas y para mejorar la percepción de los ciudadanos respecto de la prestación del servicio público audiovisual y su rentabilidad social.

c) Elaborar e implementar un Plan de servicios digitales e innovación, de conformidad con lo recogido en el mandato-marco y concretado en el contrato-programa.

Artículo 70. *Procedimiento de análisis de valor público respecto de nuevos servicios de la Corporación de Radio y Televisión Española.*

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia informará con carácter previo los análisis de valor público realizados para la introducción de nuevos servicios por la Corporación de Radio y Televisión Española, de conformidad con lo establecido en los artículos 59 y 61.

Artículo 71. *Archivos históricos audiovisuales.*

1. La Corporación de Radio y Televisión Española velará por la conservación de los archivos históricos audiovisuales y sonoros, de acuerdo con lo previsto en el artículo 3 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal.

2. La Corporación de Radio y Televisión Española, de conformidad con lo dispuesto en el mandato-marco y el contrato-programa garantizará el acceso a los archivos históricos audiovisuales y sonoros.

CAPÍTULO VI

La prestación del servicio público de comunicación audiovisual autonómico y local

Artículo 72. *La prestación del servicio público de comunicación audiovisual en el ámbito autonómico.*

1. Las Comunidades Autónomas podrán asignar servicios de comunicación audiovisual en su ámbito para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual dentro de la capacidad de espectro radioeléctrico que les ha sido asignada, de conformidad con lo dispuesto en el Plan Técnico Nacional correspondiente.

2. Las Comunidades Autónomas determinarán el modelo de gestión de la prestación del servicio público de comunicación audiovisual entre los siguientes:

a) Prestación directa del servicio, a través de sus propios órganos, medios o entidades.

b) Prestación indirecta del servicio, conforme a los principios de publicidad, transparencia, concurrencia, no discriminación e igualdad de trato, a través de persona física o jurídica que estará sujeta a lo dispuesto en el presente título.

3. Los órganos competentes de las Comunidades Autónomas podrán acordar la transformación de la gestión directa del servicio en gestión indirecta mediante la enajenación de la titularidad de la entidad prestadora del servicio, que se realizará conforme con los principios del apartado anterior.

4. Cuando se acuerde la prestación del servicio público de comunicación audiovisual mediante gestión indirecta, las Comunidades Autónomas podrán participar en el capital social del prestador de su servicio público.

5. Las Comunidades Autónomas no podrán participar, directa o indirectamente, en el capital social de los titulares de licencias del servicio de comunicación audiovisual.

6. El acuerdo de prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico constituye el título fehaciente para la prestación de dicho servicio, tanto por medio de ondas hertzianas terrestres como por medio de cualquier otra tecnología, así como para su inscripción en el Registro de prestadores del servicio de comunicación audiovisual autonómico correspondiente.

Artículo 73. *Prestación del servicio público de comunicación audiovisual fuera de la Comunidad Autónoma correspondiente.*

1. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual mediante ondas hertzianas terrestres de una Comunidad Autónoma en otra limítrofe y con afinidades lingüísticas y culturales podrá ser efectuada siempre que se cumplan de forma simultánea las siguientes condiciones:

a) Se firme un convenio entre las Comunidades Autónomas interesadas.
b) En el caso de que ambas Comunidades Autónomas dispongan de prestador del servicio público debe existir reciprocidad en sus emisiones.
c) Se preste el servicio empleando el espectro radioeléctrico asignado a la Comunidad Autónoma de conformidad con el Plan Técnico Nacional correspondiente.
d) Se notifique a la Administración General del Estado la firma del convenio indicado en la letra a) y se identifique el sujeto obligado al pago de la tasa por reserva del dominio público radioeléctrico.

2. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual de una Comunidad Autónoma en otra limítrofe mantendrá su naturaleza de servicio público autonómico.
3. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico podrán establecer acuerdos entre sí y con la Corporación de Radio y Televisión Española, para la producción o edición conjunta de contenidos, la adquisición de derechos sobre contenidos o en otras coberturas, con el objeto de mejorar la eficiencia de su actividad, con los límites establecidos en la presente ley para la emisión en cadena.

Artículo 74. *Garantía de cumplimiento de la normativa de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.*

1. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico cumplirán las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, debiendo articular los mecanismos y garantías siguientes:

a) Aprobación anual de un límite máximo de gasto para el ejercicio económico correspondiente.
b) Inclusión y referencia expresa en la memoria y el informe de gestión de las cuentas anuales al cumplimiento del equilibrio y sostenibilidad financieros.
c) Presentación de un informe sobre la gestión del ejercicio inmediato anterior y su adecuación a los principios de la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, antes del 1 de abril de cada año, ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma.
d) Establecimiento de sistemas de control para la adecuada supervisión financiera y, en todo caso, de un sistema de auditoría operativa que examine sistemática y objetivamente las operaciones y los procedimientos realizados.

2. En caso de constatarse un desequilibrio financiero, los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico presentarán al órgano competente de la Comunidad Autónoma para su aprobación una propuesta de reducción de gasto para el ejercicio siguiente igual a la pérdida o déficit generado.
3. Las aportaciones patrimoniales, contratos-programa, encomiendas, convenios o cualesquiera entregas de la Comunidad Autónoma en favor, directa o indirectamente, de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual requerirán la puesta en marcha de la reducción de gasto aprobada.

Artículo 75. *La prestación del servicio público de comunicación audiovisual en el ámbito local.*

1. Las Entidades Locales, previa asignación de servicios de comunicación audiovisual en su ámbito por parte de la Comunidad Autónoma conforme al Plan Técnico Nacional correspondiente, podrán acordar la prestación del servicio público de comunicación audiovisual local a través de ondas hertzianas terrestres.
2. Las Entidades Locales gestionarán de forma directa la prestación del servicio público de comunicación audiovisual local, a través de sus propios órganos, medios o entidades.
3. Las Entidades Locales no podrán participar, directamente o indirectamente, en el capital social de los titulares de licencias del servicio de comunicación audiovisual.
4. El servicio público de comunicación audiovisual de ámbito local deberá inscribirse en el Registro de prestadores del servicio de comunicación audiovisual autonómico correspondiente.
5. La autoridad audiovisual competente autonómica notificará a la Administración General del Estado la asignación de servicios de comunicación audiovisual de ámbito local, conforme al Plan Técnico Nacional correspondiente, a efectos de la gestión de la tasa por reserva del dominio público radioeléctrico conforme al artículo 69.k) de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

TÍTULO IV

La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición

Artículo 76. *Régimen jurídico del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición.*

1. El servicio de comunicación audiovisual radiofónico y el servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición son servicios de interés general que se prestan en ejercicio de la responsabilidad editorial de conformidad con los principios del título I y al amparo de los derechos constitucionales a la libertad de expresión, a comunicar y recibir información, a participar en la vida política y social y a la libertad de empresa.
2. La responsabilidad editorial de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición no prejuzgará su responsabilidad legal por los contenidos o los servicios prestados o las opiniones difundidas por terceros en su servicio.
3. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición requiere comunicación fehaciente ante la autoridad audiovisual competente y previa al inicio de actividad, siendo de aplicación lo dispuesto al respecto en el apartado 1 del artículo 17 y en el capítulo II del título II.
4. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres requerirá licencia previa otorgada mediante concurso por la autoridad audiovisual competente, de conformidad con lo previsto en este Título, siendo también de aplicación lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 17 y en las secciones 1.ª y 2.ª del capítulo III del título II.
5. El prestador del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición se inscribirá en un Registro estatal o autonómico de carácter público, siendo de aplicación lo dispuesto en los artículos 37, 38, 39 y 42.

Artículo 77. *Competencia para el otorgamiento de licencias del servicio de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito estatal.*

1. El otorgamiento de licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres cuyo ámbito geográfico sea superior al de una Comunidad Autónoma corresponde al Consejo de Ministros.
2. Corresponde a las Comunidades Autónomas determinar la autoridad audiovisual competente para otorgar licencias para la prestación de servicios de comunicación audiovisual radiofónicos mediante ondas hertzianas terrestres de ámbito autonómico y local.

Artículo 78. *Pluralismo en el mercado de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres.*

1. Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir participaciones o derechos de voto que le permitan el control directo o indirecto de más del cincuenta por ciento de las licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual radiofónicos mediante ondas hertzianas terrestres que coincidan sustancialmente en su ámbito.

2. Ninguna persona física o jurídica podrá controlar más de cinco licencias en un mismo ámbito de cobertura.

3. Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir participaciones o derechos de voto que le permitan el control directo o indirecto de:

a) Más de un tercio de las licencias del servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres de ámbito total o parcial en el conjunto del territorio nacional.

b) En una misma Comunidad Autónoma, más del cuarenta por ciento de las licencias del servicio de comunicación audiovisual radiofónico existentes en ámbitos en los que solo tenga cobertura una única licencia.

4. En el cómputo de los límites previstos en este artículo no se incluirán las emisoras de radiodifusión gestionadas de forma directa por entidades públicas.

5. A los efectos previstos en este artículo, se entenderá que existe control cuando se den los supuestos a los que se refiere el artículo 42 del Código de Comercio.

6. Los límites anteriores se aplicarán de forma independiente a las licencias para la emisión con tecnología digital y a las licencias para la emisión en tecnología analógica.

Artículo 79. *Emisión en cadena en servicios de comunicación audiovisual radiofónicos.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico podrán emitir parte de su programación en cadena cuando un mismo prestador haya obtenido licencias en diversos ámbitos territoriales o haya alcanzado acuerdos con otros titulares de licencias en una o varias Comunidades Autónomas, sin perjuicio de las obligaciones legales o concesionales a que puedan estar sujetos en las diversas Comunidades Autónomas.

El derecho de emisión en cadena previsto en este artículo se entiende sin perjuicio de la competencia de las Comunidades Autónomas con relación a los prestadores que hayan obtenido licencias en sus respectivos ámbitos territoriales.

Artículo 80. *Negocios jurídicos sobre licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico.*

1. La celebración de negocios jurídicos cuyo objeto sea una licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico requerirá autorización previa de la autoridad audiovisual competente, que solo podrá ser denegada cuando se incumplan las condiciones previstas en el artículo 78, no se acredite el cumplimiento de todas las condiciones legalmente establecidas para su obtención o el solicitante no se subrogue en las obligaciones del anterior titular.

2. La transmisión y arrendamiento estarán sujetos, además, a las siguientes condiciones:

a) Para la celebración de ambos negocios jurídicos deberán haber transcurrido al menos dos años desde la adjudicación inicial de la licencia.

b) Cuando se lleven a cabo con personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo estarán sometidos al principio de reciprocidad y devengarán el pago de la tasa establecida legalmente. En atención a lo dispuesto en los Tratados y Convenios Internacionales de los que España sea parte, y previo informe de la autoridad audiovisual competente, el Consejo de Ministros o el órgano competente de la Comunidad Autónoma podrán autorizar excepcionalmente y por razones de interés general una operación cuando dicho principio no sea satisfecho.

3. El arrendatario de una licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres tendrá la consideración de prestador de dicho servicio.

4. En todo caso, está prohibido el subarriendo.

5. En todos los casos deberá garantizarse el cumplimiento de la oferta mediante la cual se obtuvo la adjudicación de la licencia.

Artículo 81. *Servicio de comunicación audiovisual radiofónico comunitario sin ánimo de lucro prestado mediante ondas hertzianas terrestres.*

La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico comunitario sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres se realizará en el ámbito geográfico local o inferior, de acuerdo con la legislación autonómica aplicable y de conformidad con las siguientes condiciones:

a) Requerirá licencia concedida por la autoridad audiovisual autonómica competente, en el marco de la planificación de espectro radioeléctrico realizada por el Estado correspondiente para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos. A estos efectos, la autoridad estatal competente en materia de planificación y gestión del espectro radioeléctrico reservará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

b) No incluirá ningún tipo de comunicación comercial audiovisual, salvo aquellas cuyo objeto sea exclusivamente promocionar bienes y servicios relacionados con la actividad de personas físicas o jurídicas establecidas en el ámbito de cobertura del servicio, así como los anuncios de servicio público o de carácter benéfico.

c) La licencia no podrá ser objeto de transmisión, arrendamiento, cesión o cualquier otro negocio jurídico, y se extinguirá conforme a lo dispuesto en el artículo 31 de esta ley.

Artículo 82. *Cesión de la señal del servicio de comunicación audiovisual radiofónico para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico.*

1. El licenciatario del servicio de comunicación audiovisual radiofónico podrá ceder libremente a terceros, debidamente inscritos conforme a lo dispuesto en el artículo 37, la señal de su servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico.

2. El prestador del servicio público de comunicación audiovisual radiofónico cederá sin contraprestación económica a terceros, debidamente inscritos conforme a lo dispuesto en el artículo 37, la señal de sus servicios de comunicación audiovisual radiofónicos mediante ondas hertzianas terrestres para su difusión mediante cualquier soporte tecnológico garantizando, en todo caso, su derecho a acceder a los datos de consumo de sus contenidos audiovisuales.

La inclusión en un catálogo de programas de los contenidos audiovisuales que formen parte de la señal cedida, no se entenderá comprendida dentro de la cesión prevista en el párrafo anterior y requerirá un acuerdo previo entre las partes que garantice, en todo caso, el derecho del prestador del servicio público de comunicación audiovisual a acceder a los datos de consumo de sus contenidos audiovisuales en dicho servicio a petición.

Artículo 83. *Protección de los menores en el servicio de comunicación audiovisual radiofónico y en el servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición se realizará de conformidad con lo establecido en el artículo 95.

2. En los términos previstos en el artículo 96, la autoridad audiovisual competente promoverá entre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición, la adopción de códigos de conducta para dar un tratamiento adecuado de los menores en noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico podrán emitir programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias, basados en la participación activa de los oyentes, entre la 1:00 y las 5:00 horas, y tendrán responsabilidad subsidiaria sobre los delitos que puedan cometerse y los daños que puedan causarse a través de dichos programas.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico solo podrán emitir programas de actividades de juegos de azar y apuestas entre la 1:00 y las 5:00 horas, salvo los sorteos de modalidades o productos de lotería cuya comercialización está reservada en exclusiva a los operadores designados al efecto por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, o por la correspondiente legislación autonómica, que podrán ser emitidos sin sujeción a la mencionada limitación horaria.

Quedan igualmente excluidos de la limitación sobre franjas horarias establecida en el párrafo anterior los juegos de concursos emitidos por esos mismos prestadores, según la definición de esos juegos dada por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, o por la legislación autonómica correspondiente, siempre que esos juegos estén conexos o subordinados a la actividad ordinaria de esos prestadores y, además, no se utilice su difusión para promocionar, de forma directa o indirecta, ninguna otra actividad de juegos de azar o de apuestas.

Artículo 84. *Accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual sonoros a petición.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición incorporarán gradualmente herramientas de accesibilidad en sus programas o contenidos ofrecidos mediante catálogo.

Artículo 85. *Comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual radiofónico y en el servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición tienen derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con los límites previstos en la sección 1.ª y 2.ª del capítulo IV del título VI, salvo la limitación horaria establecida en el apartado 5 del artículo 123, que no les será de aplicación.

2. En relación con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 128, sobre el patrocinio, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición podrán patrocinar toda la programación, salvo los noticiarios.

3. En relación con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 129, sobre el emplazamiento de producto, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición podrán realizar emplazamiento de producto con carácter general en toda la programación salvo en los noticiarios, los programas relacionados con la protección del consumidor, los programas religiosos y los programas infantiles.

TÍTULO V

La prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma

Artículo 86. *Principios generales de la prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.*

Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma garantizarán la observancia de los principios establecidos en los artículos 4, 6, 10, 12, 14, 15 y en el apartado 1 del artículo 7, con respecto a los contenidos distribuidos a través de sus servicios mediante el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente título.

Artículo 87. *Inscripción en el Registro estatal.*

Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma deberán inscribirse en el Registro previsto en el artículo 39 conforme a lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 37.

Artículo 88. *Obligaciones para la protección de los usuarios y de los menores frente a determinados contenidos audiovisuales.*

Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma adoptarán medidas para proteger:

a) A los menores de los programas, de los vídeos generados por usuarios y de las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral.

b) Al público en general de los programas, de los vídeos generados por usuarios y de las comunicaciones comerciales audiovisuales que incumplan lo establecido en el artículo 4.2.

c) Al público en general de los programas, de los vídeos generados por usuarios y de las comunicaciones comerciales audiovisuales que incumplan lo establecido en el artículo 4.4.

Artículo 89. *Medidas para la protección de los usuarios y de los menores frente a determinados contenidos audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, para proteger a los menores y al público en general de los contenidos audiovisuales indicados en el artículo anterior, tomarán las siguientes medidas:

a) Incluir y poner en práctica en las cláusulas de condiciones del servicio de las plataformas de intercambio de vídeos las obligaciones establecidas en el artículo 88 sobre determinados contenidos audiovisuales.

b) Establecer y operar mecanismos transparentes y de fácil uso que permitan a los usuarios notificar o indicar al correspondiente prestador los contenidos que vulneren las obligaciones establecidas en el artículo 88.

c) Establecer y operar sistemas a través de los cuales los prestadores del servicio expliquen a los usuarios el curso que se ha dado a las notificaciones o indicaciones a que se refiere la letra anterior.

d) Establecer y aplicar sistemas de fácil uso que permitan a los usuarios del servicio calificar los contenidos que puedan vulnerar las obligaciones establecidas en el artículo 88.

e) Establecer y operar sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores que, en todo caso, impidan el acceso de estos a los contenidos audiovisuales más nocivos, como la violencia gratuita o la pornografía.

f) Facilitar sistemas de control parental controlados por el usuario final con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.

g) Establecer y aplicar procedimientos transparentes, eficaces y de fácil uso para el tratamiento y la resolución de las reclamaciones de los usuarios a los prestadores del servicio, en relación con la aplicación de las medidas a que se refieren las letras anteriores.

h) Facilitar medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática y poner en conocimiento de los usuarios la existencia de esas medidas y herramientas.

i) Facilitar que los usuarios, ante una reclamación presentada por ellos y no resuelta satisfactoriamente, puedan someter el conflicto a un procedimiento de resolución alternativa de litigios de consumo, de acuerdo con lo previsto en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Todo ello sin perjuicio de que los usuarios puedan acudir a la vía judicial que corresponda.

2. A efectos de la aplicación de las medidas a previstas en el apartado anterior, se fomentará el uso de la corregulación, de acuerdo con lo establecido en los artículos 14 y 15.

3. Las medidas contempladas en este artículo se adoptarán por los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma sin perjuicio de la aplicación del régimen jurídico de responsabilidad previsto en el artículo 73 del Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, y en la Ley 34/2002, de 11 de julio.

Artículo 90. *Datos personales de menores.*

Los datos personales de menores recogidos o generados de otro modo por prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma de conformidad con lo previsto en el artículo 89 no podrán ser tratados con fines comerciales, como mercadotecnia directa, elaboración de perfiles o publicidad personalizada basada en el comportamiento. Sin perjuicio de lo anterior, en todo caso, el tratamiento de datos de menores quedará sometido a lo previsto en la normativa de protección de datos y, en particular, en lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 679/2016 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE y al artículo 7 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

Artículo 91. *Obligaciones en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma garantizarán que las comunicaciones comerciales audiovisuales que comercialicen, vendan u organicen cumplen lo establecido en la sección 1.ª del capítulo IV del título VI, salvo la limitación horaria establecida en los apartados 4 y 5 del artículo 123, que no les será de aplicación. En todo caso las comunicaciones comerciales que fomenten comportamientos nocivos o perjudiciales para menores exigirán verificación de edad y acceso a usuarios mayores de edad.

2. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma garantizarán que las comunicaciones comerciales audiovisuales que no comercialicen, vendan u organicen cumplen lo establecido en la sección 1.ª del capítulo IV del título VI mediante las siguientes medidas:

a) Incluir y poner en práctica en las cláusulas de condiciones del servicio los requisitos establecidos en la sección 1.ª del capítulo IV del título VI para las comunicaciones comerciales audiovisuales no comercializadas, vendidas u organizadas por dichos prestadores.

b) Disponer de una funcionalidad para que los usuarios que suban vídeos declaren si a su entender, o hasta donde cabe razonablemente esperar que llega su entendimiento, dichos vídeos contienen comunicaciones comerciales audiovisuales.

c) En el caso de comunicaciones comerciales audiovisuales relacionadas con los juegos de azar y apuestas, solo podrán difundirse cuando las cuentas o canales desde las que se difundan estas comunicaciones comerciales tengan como actividad principal el ofrecimiento de información o contenidos sobre las actividades de juego definidas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, y garanticen, además, el establecimiento de los mecanismos de control de acceso a personas menores de edad disponibles en la plataforma, así como la difusión periódica de mensajes sobre juego seguro o responsable. En estos casos, estas comunicaciones comerciales no tendrán que ajustarse al régimen de franjas horarias previsto en los apartados 7 y 8 del artículo 123.

d) En el caso de que se declare o notifique que el contenido audiovisual contiene comunicaciones comerciales sobre bebidas alcohólicas no le serán de aplicación las limitaciones horarias de los apartados 4 y 5 del artículo 123.

3. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma informarán claramente a los usuarios cuando los programas y vídeos generados por usuarios contengan comunicaciones comerciales audiovisuales, siempre que los usuarios que suban vídeos hayan declarado que, a su entender, o hasta donde cabe razonablemente esperar que llega su entendimiento, dichos vídeos contienen comunicaciones comerciales audiovisuales, o siempre que el prestador tenga conocimiento de ese hecho.

4. Se fomentará la autorregulación, mediante la elaboración de códigos de conducta, con el fin de que los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma reduzcan eficazmente la exposición de los menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas que contengan nutrientes o sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular grasas, ácidos grasos trans, sal o sodio y azúcares, de los cuales se desaconseja una ingesta excesiva en la dieta general y, en

particular, evitar que dichas comunicaciones comerciales audiovisuales destaquen las cualidades positivas de sus aspectos nutricionales.

Artículo 92. *Alcance y proporcionalidad de las obligaciones.*

Reglamentariamente se podrá especificar el alcance de cada una de las medidas enumeradas en los artículos 89 y 91 y su exigibilidad a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en función, entre otros, de su tamaño, volumen de usuarios, naturaleza de los contenidos o tipo de servicio ofrecido.

Artículo 93. *Supervisión y control.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia controlará el cumplimiento por los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma de las obligaciones establecidas en este Título y en sus disposiciones de desarrollo.
2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá realizar las actuaciones inspectoras precisas para el ejercicio de su función de control.
3. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, previo informe preceptivo y no vinculante de la Agencia Española de Protección de Datos, evaluará la idoneidad de las medidas a que se refieren los artículos 89, 90, y 91 adoptadas por los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.
4. El incumplimiento de las obligaciones previstas en el artículo 89.1 letra e) será constitutiva de la infracción tipificada en el artículo 157.8, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pueda derivarse de dicha acción.
5. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma facilitarán la información requerida y colaborarán con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el ejercicio de las funciones de supervisión y control previstas en este artículo.
6. Las previsiones contenidas en este artículo, específicamente las destinadas a garantizar una protección de los datos personales de los menores y público en general a los que se refieren los artículos 88, 89 y 90, se entenderán sin perjuicio de las funciones y potestades que corresponden a la Agencia Española de Protección de Datos de acuerdo con lo previsto en el artículo 47 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

Artículo 94. *Obligaciones de los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.*

1. Los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma se considerarán prestadores del servicio de comunicación audiovisual a los efectos del cumplimiento de los principios del título I conforme a lo establecido en el artículo 86 y de las obligaciones para la protección de los menores conforme a lo establecido en los apartados 1 y 4 del artículo 99. Asimismo, tales usuarios deberán respetar lo dispuesto en las secciones 1.ª y 2.ª del capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales.

Los usuarios de especial relevancia tomarán aquellas medidas adecuadas para el cumplimiento de estas obligaciones y utilizarán los mecanismos que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma pone a su disposición, en particular, los establecidos en los artículos 89.1.d) y 91.2.b).

2. A los efectos de esta ley, tendrán la consideración de usuarios de especial relevancia aquellos usuarios que empleen los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma y cumplan de forma simultánea los siguientes requisitos:

a) El servicio prestado conlleva una actividad económica por el que su titular obtiene unos ingresos significativos derivados de su actividad en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma;
b) El usuario de especial relevancia es el responsable editorial de los contenidos audiovisuales puestos a disposición del público en su servicio.
c) El servicio prestado está destinado a una parte significativa del público en general y puede tener un claro impacto sobre él.

d) La función del servicio es la de informar, entretener o educar y el principal objetivo del servicio es la distribución de contenidos audiovisuales.

e) El servicio se ofrece a través de redes de comunicaciones electrónicas y está establecido en España de conformidad con el apartado 2 del artículo 3.

3. En ningún caso se entenderán sometidos a las obligaciones del apartado 1 los siguientes sujetos:

a) Centros educativos o científicos cuando su actividad entre dentro de sus cometidos o esta sea de carácter divulgativo.

b) Museos, teatros o cualquier otra entidad cultural para presentar su programación o actividades.

c) Administraciones públicas o partidos políticos con fines de información y de presentación de las funciones que desempeñan.

d) Empresas y trabajadores por cuenta propia con el fin de promocionar los bienes y servicios producidos o distribuidos por ellas.

e) Asociaciones y organizaciones no gubernamentales con fines de autopromoción y de presentación de las actividades que realizan de acuerdo con su objeto.

4. Los usuarios de especial relevancia en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma deberán inscribirse en el Registro estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual previsto en el artículo 39.

5. A efectos del cumplimiento de las obligaciones previstas en el apartado 1 se fomentará la adopción de códigos de conducta de auto y corregulación previstos en el artículo 15 por parte de los usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, las asociaciones que los agrupen o sus representantes.

TÍTULO VI

Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo

CAPÍTULO I

Protección de los menores

Artículo 95. *Derechos de los menores en el ámbito audiovisual.*

1. Los menores tienen derecho a que su imagen y su voz no se utilicen en los servicios de comunicación audiovisual sin su consentimiento o el de su representante legal, de acuerdo con la normativa vigente.

2. Está prohibida la difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de los menores en el contexto de hechos delictivos, de emisiones en las que se discuta su tutela o filiación, o relativas a situaciones en las que menores hayan sido víctimas de violencia en cualquiera de sus manifestaciones.

3. Los datos personales de menores recogidos o generados de otro modo por prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de conformidad con lo previsto en este Capítulo no podrán ser tratados con fines comerciales, como mercadotecnia directa, elaboración de perfiles o publicidad personalizada basada en el comportamiento. Sin perjuicio de lo anterior, en todo caso el tratamiento de datos de menores quedará sometido a lo previsto en la normativa de protección de datos y, en particular, en lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y al artículo 7 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

Artículo 96. *Códigos de conducta para tratamiento adecuado de menores en noticiarios y programas de contenido informativo de actualidad.*

La autoridad audiovisual competente promoverá entre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal y a petición, la adopción de códigos de conducta

con el fin de dar un tratamiento adecuado a los menores en noticiarios y programas de contenido informativo de actualidad en los que:

a) Se informe de que un menor de edad se ha visto involucrado, de cualquier modo, en una situación de riesgo o violencia, incluso si no llega a ser un hecho constitutivo de delito.
b) Aparezcan menores en situaciones de vulnerabilidad.

Artículo 97. *Descriptores visuales de los programas audiovisuales.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual facilitarán información suficiente a los espectadores sobre los programas. A tal efecto, los prestadores utilizarán un sistema de descriptores adoptado mediante acuerdo de corregulación de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2, garantizando su utilidad en cualquier dispositivo.

Artículo 98. *Calificación de los programas audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, están obligados a que los programas emitidos dispongan de una calificación por edades, visible en pantalla mediante indicativo visual y fácilmente comprensible para todas las personas.
2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia firmará un acuerdo de corregulación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2, entre otros, con los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal y a petición y con los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, garantizando la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las organizaciones representativas de los usuarios de los medios, con el fin de coadyuvar al cumplimiento de las obligaciones establecidas en este artículo.
3. Cuando el acuerdo de corregulación previsto en el apartado anterior pueda afectar a la calificación de los programas y a la recomendación de visionado en función de la edad, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia solicitará a la autoridad audiovisual competente, al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales y a los órganos correspondientes de la Comunidades Autónomas con competencia en la materia, la emisión de un informe preceptivo sobre el mismo.
4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal y a petición, cumplimentarán los campos de los descriptores de forma que las Guías Electrónicas de Programas, previstas en la normativa de telecomunicaciones, y/o los equipos receptores muestren la información relativa al contenido de los programas.
5. Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual respetarán y mantendrán la información y los descriptores presentes en las Guías electrónicas de programas, previstas en la normativa de telecomunicaciones, de los servicios que comercializan.
6. Los apartados anteriores no serán de aplicación a los servicios de comunicación audiovisual ofertados de forma exclusiva en otro Estado miembro de la Unión Europea siempre que el prestador haya demostrado a la autoridad audiovisual competente que la protección de los menores frente a contenidos dañinos o perjudiciales se ajusta al nivel de protección establecido en el presente artículo.
7. Las autoridades audiovisuales competentes de ámbito autonómico podrán formalizar acuerdos de corregulación con los prestadores del servicio de comunicación audiovisual autonómico, con objeto de coadyuvar al cumplimiento de las obligaciones establecidas en este artículo.

Artículo 99. *Contenidos perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores.*

1. Todos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, abierto y de acceso condicional, y del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición facilitarán a los usuarios información suficiente e inequívoca acerca de la naturaleza potencialmente perjudicial para el desarrollo físico, mental o moral de los menores de los programas y contenidos audiovisuales mediante la utilización de un sistema de descripción del contenido, advertencia acústica, símbolo visual o cualquier otro medio técnico que

describa la naturaleza del contenido, de acuerdo con el acuerdo de corregulación previsto en el artículo 98.2.

2. El servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:

a) Se prohíbe la emisión de programas o contenidos audiovisuales que contengan escenas de violencia gratuita o pornografía.

b) La emisión de otro tipo de programas o contenidos audiovisuales que puedan resultar perjudiciales para los menores exigirá que el prestador forme parte del código de corregulación que se prevé en el artículo 98.2 y disponga de mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.

c) Los programas cuya calificación por edad «No recomendada para menores de dieciocho años» solo podrán emitirse entre las 22:00 y las 6:00 horas.

3. El servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:

a) Formar parte del código de corregulación previsto en el artículo 98.2.

b) Proporcionar mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.

4. El servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:

a) Incluir programas y contenidos audiovisuales que puedan incluir escenas de pornografía o violencia gratuita en catálogos separados.

b) Formar parte del código de corregulación previsto en el artículo 98.2.

c) Proporcionar mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.

5. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto y de acceso condicional solo podrán emitir programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias, basados en la participación activa de los usuarios, entre la 1:00 y las 5:00 horas, y tendrán responsabilidad subsidiaria sobre los delitos que puedan cometerse y los daños que puedan causarse a través de dichos programas.

6. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto y de acceso condicional solo podrán emitir programas de actividades de juegos de azar y apuestas entre la 1:00 y las 5:00 horas, salvo los sorteos de modalidades o productos de lotería cuya comercialización está reservada en exclusiva a los operadores designados al efecto por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego, o por la correspondiente legislación autonómica, que podrán ser emitidos sin sujeción a la mencionada limitación horaria.

Quedan igualmente excluidos de la limitación sobre franjas horarias establecida en el párrafo anterior los juegos de concursos emitidos por esos mismos prestadores, según la definición de esos juegos dada por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, o por la legislación autonómica correspondiente, siempre que esos juegos estén conexos o subordinados a la actividad ordinaria de esos prestadores y, además, no se utilice su difusión para promocionar, de forma directa o indirecta, ninguna otra actividad de juegos de azar o de apuestas.

Artículo 100. *Contenido audiovisual especialmente recomendado para menores.*

La autoridad audiovisual competente pondrá en marcha actuaciones dirigidas a fomentar la producción y emisión de programas especialmente recomendados para menores de edad, adaptados a su edad, madurez y lenguaje que promuevan su desarrollo y bienestar integral.

CAPÍTULO II

Accesibilidad

Artículo 101. *Accesibilidad universal al servicio de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tendrán las siguientes obligaciones en materia de accesibilidad:

a) Mejorar de forma progresiva y continua la accesibilidad a sus servicios de comunicación audiovisual.

b) Desarrollar planes de accesibilidad de mejora continua de la accesibilidad de los servicios, que deberán ser comunicados anualmente a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

c) Financiar las adaptaciones necesarias en sus servicios para prestarlos de forma accesible.

d) Garantizar el cumplimiento progresivo de los requisitos de calidad del subtitulado y de la audiodescripción conforme a la normativa de calidad española UNE.

e) Garantizar que la incorporación de contenidos signados se realice observando los criterios de calidad recogidos por el Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española o, en su caso, por los organismos equivalentes de las Comunidades Autónomas que tengan su propia lengua de signos.

f) Fomentar la difusión de comunicaciones comerciales accesibles.

g) Garantizar que los servicios de acceso a través de páginas web, así como los contenidos de éstas y las aplicaciones para dispositivos móviles, sean gradualmente accesibles.

h) Garantizar que las guías electrónicas de programación previstas en la normativa de telecomunicaciones están sincronizadas con los programas que efectivamente se emiten y que dichas guías informan señalizando claramente las medidas de accesibilidad de dichos programas.

2. Se fomentará el disfrute pleno de la comunicación audiovisual para las personas con discapacidad y el uso de buenas prácticas que evite cualquier discriminación o repercusión negativa hacia dichas personas.

3. Se garantizará el derecho de las personas con discapacidad a que las informaciones relativas a situaciones de emergencia, incluyendo las comunicaciones y anuncios en situaciones de catástrofes naturales y crisis de salud pública, se difundan de forma clara, comprensible y accesible a través de los servicios de comunicación audiovisual correspondientes.

4. Las obligaciones establecidas en este Capítulo no serán exigibles a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual con un bajo volumen de negocio y con una baja audiencia en los términos que se determinen reglamentariamente.

5. Las Comunidades Autónomas podrán regular obligaciones adicionales para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico.

Artículo 102. *Accesibilidad al servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto cumplirán las siguientes obligaciones para garantizar la accesibilidad de sus contenidos:

a) Un mínimo de ochenta por ciento de los programas subtitulados desde el inicio de la prestación del servicio de comunicación audiovisual y, en todo caso, subtitulado de los programas emitidos en el horario de máxima audiencia.

b) Un mínimo de cinco horas semanales de programas en lengua de signos, prioritariamente emitidos en el horario de máxima audiencia, entre los que deberán incluir noticiarios, programación infantil, programas de contenido informativo de actualidad, programas relacionados con los intereses de los consumidores o servicios religiosos.

c) Un mínimo de cinco horas semanales de programas audiodescritos, prioritariamente emitidos en horario de máxima audiencia, entre los que deberán incluir películas cinematográficas de cualquier género incluido documental y animación, películas para televisión de cualquier género incluido documental y animación y series.

2. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto cumplirán las siguientes obligaciones para garantizar la accesibilidad de sus contenidos:

a) Un mínimo de noventa por ciento de los programas difundidos subtitulados y, en todo caso, subtitulado de los programas emitidos en el horario de máxima audiencia.

b) Un mínimo de quince horas semanales de programas que incluyan lengua de signos, prioritariamente emitidos en horario de máxima audiencia, entre los que deberán incluir noticiarios, programación infantil, programas de contenido informativo de actualidad, programas relacionados con los intereses de los consumidores o servicios religiosos.

c) Un mínimo de quince horas semanales de programas audiodescritos, prioritariamente emitidos en horario de máxima audiencia, entre los que deberán incluir películas cinematográficas de cualquier género incluido documental y animación, películas para televisión de cualquier género incluido documental y animación y series.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto mediante ondas hertzianas terrestres podrán emplear los servicios prestados a través de televisión conectada para facilitar la accesibilidad a los programas. Estos servicios se tendrán en cuenta para computar el efectivo cumplimiento de las obligaciones de accesibilidad.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto deberán incorporar de manera gradual medidas que fomenten la accesibilidad a los servicios que ofrezcan de forma exclusiva para su recepción en otros Estados miembros de la Unión Europea.

Artículo 103. *Accesibilidad al servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional cumplirán las siguientes obligaciones para garantizar la accesibilidad de sus contenidos:

a) Un mínimo de treinta por ciento de los programas subtitulados desde el inicio de la prestación del servicio de comunicación audiovisual y, en todo caso, subtitulado de los programas que puedan resultar de mayor interés para la audiencia.

b) Un mínimo de cinco horas semanales de programas audiodescritos que incluirán aquellos que puedan resultar de mayor interés para la audiencia.

c) Incorporación gradual de programas que puedan resultar de mayor interés para la audiencia en lengua de signos.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional deberán incorporar de manera gradual medidas que fomenten la accesibilidad a los servicios que ofrezcan de forma exclusiva para su recepción en otros Estados miembros de la Unión Europea.

Artículo 104. *Accesibilidad al servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición cumplirán las siguientes obligaciones para garantizar la accesibilidad de los contenidos en su catálogo:

a) Un mínimo de treinta por ciento de los programas subtitulados desde el inicio de la prestación del servicio de comunicación audiovisual y, en todo caso, subtitulado de los programas que puedan resultar de mayor interés para la audiencia.

b) Incorporación gradual de programas con audiodescripción y lengua de signos, dotados con la debida prominencia en el catálogo.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal a petición deberán incorporar de manera gradual medidas que fomenten la accesibilidad a los servicios que ofrezcan de forma exclusiva para su recepción en otros Estados miembros de la Unión Europea.

Artículo 105. *Mantenimiento de accesibilidad de contenidos audiovisuales o servicios de comunicación audiovisual de terceros.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que difundan programas y contenidos audiovisuales producidos por terceros deberán difundirlos manteniendo las medidas de accesibilidad que estos lleven incorporadas siempre que se empleen los

formatos interoperables acordados por los Códigos de autorregulación que se aprueben conforme a lo dispuesto en el artículo 108.

2. Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual deberán distribuir dichos servicios manteniendo las medidas de accesibilidad que estos lleven incorporadas, siempre que se empleen los formatos interoperables acordados por los Códigos de autorregulación que se aprueben conforme a lo dispuesto en el artículo 108. Esta obligación también se aplicará a los cesionarios a los que se refiere el artículo 33.2.

Artículo 106. *Control de las obligaciones de accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia será el organismo encargado de controlar el cumplimiento de las obligaciones previstas en este Capítulo a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia publicará anualmente un informe respecto del cumplimiento de las obligaciones de accesibilidad de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y de los procedimientos sancionadores finalizados por vulneración de las obligaciones previstas en este Capítulo.

3. Las autoridades audiovisuales de las Comunidades Autónomas serán los organismos encargados de controlar el cumplimiento de las obligaciones previstas en este Capítulo con respecto a los servicios de comunicación audiovisual bajo su competencia.

Artículo 107. *Punto de contacto único.*

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia será el punto de contacto a disposición del público, para facilitar información y recibir quejas sobre las cuestiones de accesibilidad que afecten a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal reguladas en el presente Capítulo.

Las Comunidades Autónomas podrán crear puntos de contacto a disposición del público para facilitar información y recibir quejas sobre las cuestiones de accesibilidad que afecten a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico.

Artículo 108. *Autorregulación.*

La autoridad audiovisual competente fomentará la adopción de códigos de autorregulación por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual con el fin de alcanzar la accesibilidad universal de dicho servicio y mejorar la calidad de las medidas obligatorias. En la elaboración de los códigos se deberá consultar a las organizaciones representativas de las personas con discapacidad.

En el caso de que no se hubiera adoptado el código de autorregulación para mejorar la calidad de las medidas obligatorias en materia de accesibilidad previsto en el párrafo anterior, o de que la autoridad audiovisual competente llegue a la conclusión de que dicho código de autorregulación ha demostrado no ser suficientemente eficaz para mejorar la calidad de la accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual, el Gobierno establecerá dichos requisitos de calidad reglamentariamente tomando como referencia la normativa de calidad española UNE y los criterios de calidad recogidos por el Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española.

Artículo 109. *Centros de referencia para la accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal y autonómico.*

1. El Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (CESyA) y el Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (CNSLE) del Real Patronato sobre Discapacidad constituyen los centros estatales técnicos de referencia en materia de accesibilidad audiovisual para personas con discapacidad, en lo referente a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

2. Las Comunidades Autónomas podrán determinar cuáles son los centros autonómicos técnicos de referencia en materia de accesibilidad audiovisual para personas con discapacidad, en lo referente a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico.

CAPÍTULO III

Promoción de obra audiovisual europea y de la diversidad lingüística

Artículo 110. *Obligación de promover obra audiovisual europea y la diversidad lingüística.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo contribuirán al reflejo de la diversidad cultural y lingüística del Estado y garantizarán unos niveles suficientes de inversión y distribución de las obras audiovisuales europeas en los términos previstos en este capítulo.

Sección 1.ª Definiciones aplicables en la obligación de promoción de obra audiovisual europea

Artículo 111. *Obra audiovisual europea.*

Se considera obra audiovisual europea:

a) Aquellas obras originarias de los Estados miembros de la Unión Europea y aquellas otras obras originarias de terceros Estados que sean parte del Convenio Europeo sobre la Televisión Transfronteriza del Consejo de Europa, siempre que las obras de los Estados miembros no estén sometidas a medidas discriminatorias en el tercer país de que se trate.

Se considera obra originaria la realizada esencialmente con la participación de autores y trabajadores que residan en uno o varios Estados de los mencionados en el párrafo anterior y siempre que, además, cumpla una de las tres condiciones siguientes:

1.º Que las obras sean realizadas por uno o más productores establecidos en uno o varios de dichos Estados.

2.º Que la producción de las obras sea supervisada y efectivamente controlada por uno o varios productores establecidos en uno o varios de dichos Estados.

3.º Que la contribución de los coproductores de dichos Estados sea mayoritaria en el coste total de la coproducción, y ésta no sea controlada por uno o varios productores establecidos fuera de dichos Estados.

b) Las obras coproducidas en el marco de acuerdos relativos al sector audiovisual concertados entre la Unión Europea y terceros países que satisfagan las condiciones fijadas en los mismos, siempre que las obras de los Estados miembros no estén sometidas a medidas discriminatorias en el tercer país de que se trate.

c) Las obras que no sean europeas con arreglo al apartado a), pero que se hayan producido en el marco de tratados de coproducción bilaterales celebrados entre los Estados miembros y terceros países, siempre que la contribución de los coproductores comunitarios en el coste total de la producción sea mayoritaria y que dicha producción no esté controlada por uno o varios productores establecidos fuera del territorio de los Estados miembros.

Artículo 112. *Productor independiente.*

1. Se considera productor independiente a efectos de este Capítulo a la persona física o jurídica que no está vinculada de forma estable en una estrategia empresarial común con un prestador del servicio de comunicación audiovisual obligado a cumplir con lo establecido en los artículos 117 a 119 y que asume la iniciativa, la coordinación y el riesgo económico de la producción de programas o contenidos audiovisuales, por iniciativa propia o por encargo, y a cambio de una contraprestación los pone a disposición de dicho prestador del servicio de comunicación audiovisual.

2. Se presume que existe una vinculación estable entre un productor independiente y un prestador del servicio de comunicación audiovisual cuando son parte del mismo grupo de sociedades conforme al artículo 42 del Código de Comercio, o cuando existen acuerdos estables de exclusividad que limitan la autonomía de las partes para contratar con terceros.

Artículo 113. *Película cinematográfica.*

Se considera película cinematográfica, a efectos de este título, a las obras audiovisuales, tanto largometrajes como cortometrajes, definidas en las letras a), c), y d) del artículo 4 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

Sección 2.ª Obligación de cuota de obra audiovisual europea y de promoción de la diversidad lingüística

Artículo 114. *Obligación de cuota de obra audiovisual europea en los servicios de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo reservarán para obras europeas un porcentaje de su programación o de su catálogo, de acuerdo con lo previsto en los artículos siguientes.
2. Reglamentariamente se establecerán los supuestos y términos en los que podrá eximirse o flexibilizarse el cumplimiento de la obligación establecida en el apartado anterior para los prestadores con un bajo volumen de negocio, para los servicios de comunicación audiovisual con baja audiencia o para aquellos casos en los que la obligación resulte impracticable o injustificada en razón de la naturaleza o del tema del servicio de comunicación audiovisual.

Artículo 115. *Cuota de obra audiovisual europea en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal reservarán a obras audiovisuales europeas al menos el cincuenta y uno por ciento del tiempo de emisión anual de su programación.
2. Como mínimo el cincuenta por ciento de la cuota prevista en el apartado anterior se reservará a obras en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas. De esta subcuota, el prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal reservará en todo caso un mínimo del quince por ciento a obras audiovisuales en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, teniendo en cuenta su peso poblacional y reservando, al menos, un diez por ciento para cada una de ellas.
3. Como mínimo el diez por ciento del tiempo de emisión total se reservará a obras europeas de productores independientes del prestador del servicio y la mitad de ese diez por ciento deberá haber sido producida en los últimos cinco años.
4. Los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales que se ofrezcan para su difusión exclusiva en otros Estados Miembros de la Unión Europea por parte de los prestadores estarán exceptuados de cumplir con el apartado 2 del presente artículo.
5. El tiempo de emisión a que se refiere el presente artículo se computará con la exclusión del dedicado a noticiarios, acontecimientos deportivos, juegos y comunicaciones comerciales audiovisuales.
6. En relación con las obligaciones establecidas en el apartado 2, aquellas Comunidades Autónomas que tengan lengua oficial podrán regular obligaciones adicionales para los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual en sus correspondientes ámbitos autonómicos.

Artículo 116. *Cuota de obra audiovisual europea en el catálogo del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición reservarán a obras europeas al menos el treinta por ciento del catálogo.
2. Como mínimo el cincuenta por ciento de la cuota prevista en el apartado anterior se reservará a obras en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas. De esta subcuota, el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición de ámbito estatal reservará en todo caso un mínimo del cuarenta por ciento a obras audiovisuales en alguna de las lenguas oficiales de las

Comunidades Autónomas, teniendo en cuenta su peso poblacional y reservando, al menos, un diez por ciento para cada una de ellas.

3. Los servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición que se ofrezcan para su difusión exclusiva en otros Estados miembros de la Unión Europea por parte de los prestadores estarán exceptuados de cumplir con lo dispuesto en el apartado 2.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición garantizarán la prominencia de dichas obras europeas en sus catálogos.

5. En relación con las obligaciones establecidas en el apartado 2, aquellas Comunidades Autónomas que tengan lengua oficial podrán regular obligaciones adicionales para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición de ámbito autonómico.

Sección 3.ª Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea y promoción de la diversidad lingüística

Artículo 117. *Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en España y que prestan sus servicios en España y los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España estarán obligados a financiar anticipadamente obra audiovisual europea.

2. La obligación establecida en el apartado anterior no será exigible a los prestadores con un bajo volumen de negocio, a aquellos servicios de comunicación audiovisual con baja audiencia ni en aquellos casos en los que la obligación resulte impracticable o injustificada en razón de la naturaleza o del tema del servicio de comunicación audiovisual, en los términos que se determine reglamentariamente.

3. La cuantía de la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea prevista en el apartado 1 se determinará sobre la base de los ingresos devengados en el ejercicio anterior, conforme a su cuenta de explotación, por la prestación de servicios de comunicación audiovisual televisivos en el mercado audiovisual español.

4. La obligación prevista en el apartado primero se podrá cumplir a través de la participación directa en la producción de las obras, mediante la adquisición de los derechos de explotación de las mismas y/o mediante la contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía cuya gestión le corresponde al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales conforme al artículo 19.3 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, o mediante la contribución al Fondo de fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales distintas al castellano recogido en el artículo 36 de dicha Ley.

5. En las coproducciones no se contabilizará a efectos del cumplimiento de la obligación de financiación la aportación del productor independiente.

6. La contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía por parte de los sujetos obligados se computará en primer término como financiación realizada en producción de obra audiovisual por parte de productores independientes, salvo indicación en contrario o que la cantidad exceda la inversión que deba realizarse por tal concepto.

7. No computará a los efectos de cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea la producción o la compra de derechos de películas que sean susceptibles de recibir la calificación X de conformidad con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

8. Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito local que no formen parte de una red nacional estarán excluidos de cumplir con la obligación de financiación de obra europea.

Artículo 118. *Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea para prestadores del servicio público de comunicación audiovisual televisivo.*

1. El prestador del servicio público de comunicación audiovisual televisivo destinará el seis por ciento de sus ingresos computables a financiar anticipadamente obra audiovisual europea.

2. El total de la obligación de financiación del prestador del servicio público de comunicación audiovisual televisivo deberá respetar las siguientes condiciones:

a) Mínimo de un setenta por ciento deberá destinarse a obras audiovisuales producidas por productores independientes, por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas. De esta subcuota, el prestador del servicio público de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal reservará, en todo caso:

1.° Un mínimo del quince por ciento a obras audiovisuales en lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, teniendo en cuenta su peso poblacional y reservando, al menos, un diez por ciento para cada una de ellas.
2.º Un mínimo del treinta por ciento a obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres.

b) Mínimo de un cuarenta y cinco por ciento deberá destinarse a películas cinematográficas producidas por productores independientes, por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, de cualquier género en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.
c) Mínimo de un doce por ciento deberá destinarse a animación y documentales.

3. Las Comunidades Autónomas con lenguas oficiales podrán regular obligaciones adicionales para los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico. Asimismo, por acuerdo entre uno o varios prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico sujeto a la obligación de financiación establecida en este capítulo y una o varias asociaciones que agrupen a la mayoría de los productores cinematográficos, podrá pactarse mediante convenio la forma de aplicación de las obligaciones de financiación previstas en este artículo, respetando las proporciones establecidas en el mismo.

Artículo 119. *Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea para prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición.*

1. La obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea se modulará conforme a la Recomendación de la Comisión Europea, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas.
2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, cuyos ingresos computables conforme a lo establecido en el artículo 117.3 sean iguales o superiores a cincuenta millones de euros, destinarán anualmente el cinco por ciento de dichos ingresos a la financiación de obra audiovisual europea, a la compra de derechos de explotación de obra audiovisual europea ya terminada y/o a la contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía o a la contribución al Fondo de fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales distintas al castellano. El total de la obligación de financiación del prestador deberá respetar las siguientes dos condiciones:

a) Mínimo de un setenta por ciento deberá destinarse a obras audiovisuales producidas por productores independientes, por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas. De esta subcuota, el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, reservará en todo caso:

1.° Un mínimo del quince por ciento a obras audiovisuales en lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, teniendo en cuenta su peso poblacional y reservando, al menos, un diez por ciento para cada una de ellas.
2.º Un mínimo del treinta por ciento a obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres.

b) Mínimo del cuarenta por ciento deberá destinarse a películas cinematográficas producidas por productores independientes, por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, de cualquier género en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, cuyos ingresos computables conforme a lo establecido en el artículo 117.3, sean inferiores a cincuenta millones de euros y superiores o iguales a diez millones de euros, destinarán anualmente el cinco por ciento de dichos ingresos a la financiación de obra audiovisual europea, a la compra de derechos de explotación de obra audiovisual europea ya terminada o a la contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía. El total de la obligación de financiación del prestador deberá respetar un mínimo de un setenta por ciento destinado a obras audiovisuales producidas por productores independientes por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, cuyos ingresos computables conforme a lo establecido en el artículo 117.3, sean inferiores a diez millones de euros quedarán exentos de la obligación.

5. Las Comunidades Autónomas con lenguas oficiales podrán regular obligaciones adicionales para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico.

Sección 4.ª Control y supervisión de las obligaciones de promoción de obra audiovisual europea

Artículo 120. *Control y seguimiento de la obligación de promoción de obra audiovisual europea.*

1. El control y seguimiento de las obligaciones contenidas en el presente capítulo corresponderá a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal y de los prestadores establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España, previo dictamen preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

2. Reglamentariamente se establecerán el procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal sujetos al cumplimiento de la obligación.

3. En el caso de los servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, dicho control y seguimiento corresponderá a la autoridad audiovisual autonómica competente.

CAPÍTULO IV

Comunicaciones comerciales audiovisuales

Sección 1.ª Derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales

Artículo 121. *Derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. Se considera comunicación comercial audiovisual las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica, que acompañan o se incluyen en un programa o en un vídeo generado por el usuario a cambio de una remuneración o contraprestación similar a favor del prestador del servicio de comunicación audiovisual, o bien con fines de autopromoción. La publicidad televisiva, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto son, entre otras, formas de comunicación comercial audiovisual.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen derecho a difundir comunicaciones comerciales audiovisuales a través de sus servicios de conformidad con lo previsto en este capítulo y en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, así como en la normativa específica para cada sector de actividad.

3. Las comunicaciones comerciales audiovisuales deben estar claramente diferenciadas del contenido editorial mediante mecanismos ópticos y/o acústicos y/o espaciales.

4. El nivel sonoro de las comunicaciones comerciales audiovisuales no puede ser superior al nivel medio del programa que le precede.

Artículo 122. *Prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. Se prohíbe toda comunicación comercial audiovisual que vulnere la dignidad humana, fomente la discriminación contra un grupo de personas o un miembro de un grupo por razón de edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento, fomente comportamientos nocivos para la seguridad o fomente conductas gravemente nocivas para la protección del medio ambiente.

2. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual que utilice la imagen de las mujeres con carácter vejatorio o discriminatorio.

3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual encubierta que, mediante la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de bienes, servicios, nombres, marcas o actividades, tenga de manera intencionada un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación.

4. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual subliminal que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

Artículo 123. *Comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud.*

1. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de cigarrillos y demás productos de tabaco, incluidos los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga, y de los productos a base de hierbas para fumar, así como de las empresas que los producen.

2. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de medicamentos y productos sanitarios que no respete los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud y, en todo caso, la comunicación comercial audiovisual de productos, materiales, sustancias, energías o métodos con pretendida finalidad sanitaria que no respete lo previsto en el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria.

3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas que cumpla alguno de los siguientes requisitos:

a) Se dirija específicamente a menores, o presenten a menores consumiendo dichas bebidas.

b) Asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos.

c) Dé la impresión de que su consumo contribuye al éxito social o sexual, o lo asocie, vincule o relacione con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional.

d) Sugieran que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas, o un efecto estimulante o sedante, o que constituye un medio para resolver conflictos, o que tiene beneficios para la salud.

e) Fomente el consumo inmoderado o se ofrezca una imagen negativa de la abstinencia o la sobriedad.

f) Subraye como cualidad positiva de las bebidas su contenido alcohólico.

g) No incluya un mensaje de consumo moderado y de bajo riesgo.

4. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas.

5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre las 20:30 horas y las 5:00 horas y fuera de ese horario cuando dichas comunicaciones comerciales audiovisuales formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

6. La comunicación comercial audiovisual relacionada con el esoterismo y las paraciencias solo se podrá emitir entre la 1:00 horas y las 5:00 horas.

7. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas solo podrá emitirse entre la 1:00 y las 5:00 horas, sin perjuicio de lo previsto en el apartado 8

y dentro del respeto a los principios de protección de menores, responsabilidad social y de juego responsable o seguro en los términos previstos en la normativa sectorial reguladora de las comunicaciones comerciales de ese tipo de juegos. Sólo podrá realizarse comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas de aquellas entidades que cuenten con título habilitante para realizar esta clase de actividades en España.

En cualquier caso, se prohíbe la comunicación comercial audiovisual relacionada con juegos de azar y apuestas cuando sea emitida junto a programas dirigidos a una potencial audiencia infantil.

8. La comunicación comercial audiovisual relacionada con los juegos de azar y apuestas se podrá emitir excepcionalmente fuera del horario establecido en el apartado anterior siempre que así se determine en la normativa sectorial reguladora de la publicidad sobre este tipo de juegos, en los siguientes supuestos:

a) Las comunicaciones comerciales relativas a juegos de lotería.

b) Las comunicaciones comerciales de aquellos tipos de juego que por sus características estructurales tengan un menor nivel de afectación frente a los riesgos de la actividad de juego.

Artículo 124. *Protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. Las comunicaciones comerciales audiovisuales no deberán producir perjuicio físico, mental o moral a los menores ni incurrir en las siguientes conductas:

a) Incitar directamente a los menores a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad.

b) Animar directamente a los menores a que persuadan a sus padres o terceros para que compren bienes o servicios publicitados.

c) Explotar la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores, u otras personas, tales como profesionales de programas infantiles o personajes de ficción.

d) Mostrar, sin motivos justificados, a menores en situaciones peligrosas.

e) Incitar conductas que favorezcan la discriminación entre hombres y mujeres.

f) Incitar a la adopción de conductas violentas sobre los menores, así como de los menores hacia sí mismos o a los demás, o fomentar estereotipos por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.

g) Promover el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen mediante comunicaciones comerciales audiovisuales de productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.

2. Las comunicaciones comerciales audiovisuales sobre productos especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, no inducirán a error sobre las características de los mismos, su seguridad, o la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlas sin producir daño para sí o a terceros, ni reproducirán estereotipos sexistas de conformidad con lo previsto en la letra a) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

3. La autoridad audiovisual competente impulsará la adopción de códigos de conducta en relación con la comunicación comercial audiovisual inadecuada, que acompañe a los programas infantiles o se incluya en ellos, de alimentos y bebidas que contengan nutrientes y sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular aquellos tales como grasas, ácidos grasos trans, sal o sodio y azúcares, para los que no es recomendable una ingesta excesiva en la dieta total, con la finalidad de reducir eficazmente la exposición de los menores a la comunicación comercial audiovisual de estos productos. En el caso de que no se hubieran adoptado códigos de conducta al efecto o de que la autoridad audiovisual competente llegue a la conclusión de que un código de conducta o partes del mismo han demostrado no ser suficientemente eficaces, el Gobierno establecerá reglamentariamente restricciones en cuanto al contenido de los mensajes o su horario de emisión aplicables a dichas comunicaciones comerciales audiovisuales con la finalidad de garantizar la protección de los menores de edad.

Artículo 125. *Comunicaciones comerciales audiovisuales con régimen específico.*

Sin perjuicio de lo establecido en esta ley, se aplicará la normativa específica a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas, entre otras cuestiones, a:

a) Publicidad institucional.
b) Protección del medio ambiente.
c) La seguridad de las personas.
d) Servicios bancarios y financieros.
e) Productos alimenticios.
f) Participación política y propaganda electoral.

Sección 2.ª Tipos de comunicaciones comerciales audiovisuales

Artículo 126. *Anuncio publicitario audiovisual.*

Se considera anuncio publicitario audiovisual toda forma de comunicación comercial audiovisual de una persona física o jurídica, pública o privada, relacionada con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.

Artículo 127. *Autopromoción.*

1. Se considera autopromoción la comunicación comercial audiovisual que informa sobre el servicio de comunicación audiovisual, la programación, el contenido del catálogo del prestador del servicio de comunicación audiovisual, o las prestaciones del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, sobre programas, o paquetes de programación determinados, funcionalidades del propio servicio de comunicación audiovisual o sobre productos accesorios derivados directamente de ellos o de los programas y servicios de comunicación audiovisual procedentes de otras entidades pertenecientes al mismo grupo empresarial audiovisual.
2. Los mensajes audiovisuales o locuciones verbales ajenos a la programación o a los productos accesorios directamente derivados de programas incluidos en las autopromociones se considerarán anuncios publicitarios a todos los efectos.

Artículo 128. *Patrocinio.*

1. Se considera patrocinio cualquier contribución que una persona física o jurídica, pública o privada, no vinculada a la prestación del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, ni a la producción de obras audiovisuales, haga a la financiación del servicio de comunicación audiovisual, del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o de vídeos generados por usuarios o de programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividad o producto.
2. Se podrá patrocinar toda la programación, salvo los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad.
3. El patrocinio respetará las siguientes condiciones:

a) Incluir el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador al principio, al inicio de cada reanudación posterior a una interrupción y al final del programa.
b) No afectar al contenido del programa o comunicación audiovisual patrocinados ni a su horario de emisión o presencia en el catálogo de manera que se vea afectada la responsabilidad editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.
c) No incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a éstos.

Artículo 129. *Emplazamiento de producto.*

1. Se considera emplazamiento de producto toda forma de comunicación comercial audiovisual que incluya, muestre o se refiera a un producto, servicio o marca comercial de

manera que figure en un programa o en un vídeo generado por usuarios, a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

2. Se podrá realizar el emplazamiento de producto con carácter general en toda la programación salvo en los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad, los programas relacionados con la protección del consumidor, los programas religiosos y los programas infantiles.

3. El emplazamiento de producto cumplirá las condiciones siguientes:

a) No influir en el contenido editorial ni en la organización del horario de programación ni en la del catálogo de una manera que afecte a la responsabilidad e independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

b) No incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios ni incluir referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios.

c) No conceder una prominencia indebida a los productos de que se trate.

d) Identificar que se trata de un emplazamiento de producto al principio, al inicio de cada reanudación posterior a una interrupción y al final del programa cuando dichos programas hayan sido producidos o encargados por el prestador del servicio de comunicación audiovisual o por una de sus filiales.

Artículo 130. *Telepromoción.*

Se considera telepromoción la comunicación comercial audiovisual en la que el presentador o cualquiera de los participantes del programa, utilizando el escenario, la ambientación y el atrezo del programa, expone las características de un bien o servicio, de manera que dicho fragmento no puede ser emitido de manera independiente al programa correspondiente.

Artículo 131. *Televenta.*

1. Se considera televenta la comunicación comercial audiovisual de ofertas directas al público con miras al suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones.

2. Los espacios de televenta deberán ser fácilmente identificables como tales por medios ópticos y acústicos y tendrán una duración mínima ininterrumpida de quince minutos.

3. Se prohíbe insertar televenta durante los programas infantiles.

Artículo 132. *Servicios de comunicación comercial audiovisual y catálogos de comunicación comercial audiovisual.*

1. Se considera servicio de comunicación comercial audiovisual la programación dedicada en exclusiva a emitir anuncios publicitarios y de televenta.

2. Se considera catálogo de comunicación comercial audiovisual el conjunto de programas que se ofrecen a petición y que incluyen exclusivamente anuncios publicitarios o televenta.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen derecho a crear servicios de comunicación comercial audiovisual y catálogos de comunicación comercial previstos en el apartado primero y segundo, respectivamente, sin ninguna limitación cuantitativa.

Artículo 133. *Espacios promocionales de apoyo a la cultura europea.*

1. Se considera espacio promocional de apoyo a la cultura europea la información audiovisual sobre obras audiovisuales en cuya financiación haya participado el prestador del servicio de comunicación audiovisual para dar cumplimiento a la obligación de financiación anticipada de producción de obra audiovisual establecida en el capítulo III del título VI.

2. Los espacios promocionales de apoyo a la cultura europea estarán separados gráfica y acústicamente de los bloques publicitarios y en ellos deberán aparecer necesariamente las palabras «cultura europea».

Artículo 134. *Anuncios de servicio público o de carácter benéfico.*

Se considera anuncio de servicio público o de carácter benéfico el que se difunde gratuitamente por un prestador del servicio de comunicación audiovisual con un objetivo de interés general, por afectar a un bien público que requiera especial protección o promoción.

Sección 3.ª Normativa específica para las comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal

Artículo 135. *Comunicaciones comerciales audiovisuales del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal tienen derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con los límites previstos en la sección 1.ª y sección 2.ª y los artículos siguientes.

Artículo 136. *Identificación y diferenciación de la comunicación comercial audiovisual y respeto a la integridad del programa.*

1. La comunicación comercial audiovisual cuyas características de emisión puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario incluirá una sobreimpresión permanente y legible con la indicación «publicidad».
2. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal observará la debida diferenciación del resto de la programación, sin perjuicio de que se puedan utilizar otras técnicas publicitarias distintas del anuncio publicitario dentro de un programa cumpliendo siempre con los otros preceptos del presente capítulo.
3. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal respetará la integridad del programa en el que se inserte y de las unidades que lo conforman.

Artículo 137. *Límite cuantitativo a la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal podrán emitir comunicaciones comerciales audiovisuales con los siguientes límites cuantitativos:

a) Máximo de ciento cuarenta y cuatro minutos entre las 6:00 y las 18:00 horas.
b) Máximo de setenta y dos minutos entre las 18:00 y las 24:00 horas.

2. Se excluyen expresamente del cómputo previsto en el apartado anterior los siguientes tipos de comunicaciones comerciales y contenidos audiovisuales:

a) Marcos neutrales presentes entre el contenido editorial y los anuncios publicitarios o de televenta, y entre los propios anuncios publicitarios.
b) Autopromoción.
c) Patrocinio.
d) Emplazamiento de producto.
e) Espacios de promoción de apoyo a la cultura europea.
f) Anuncios de servicio público o de carácter benéfico.
g) Espacios de televenta.
h) Publicidad híbrida, interactiva o prestada mediante televisión conectada.
i) Sobreimpresiones que formen parte indivisible de la retransmisión de acontecimientos deportivos y por las que el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal no perciba contraprestación alguna.

3. Cualquier otro tipo de comunicación comercial audiovisual no definida en la sección 2.ª se someterá al límite cuantitativo previsto en el apartado 1 de este artículo.

Artículo 138. *Interrupciones de programas para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales.*

1. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales debe respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman.
2. La transmisión de películas realizadas para televisión (con exclusión de las series, los seriales y los documentales), películas cinematográficas y noticiarios podrá ser interrumpida para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales una vez por cada periodo previsto de treinta minutos como mínimo.
3. La transmisión de programas infantiles podrá ser interrumpida para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales una vez por cada periodo ininterrumpido previsto de treinta minutos como mínimo, si el programa dura más de treinta minutos.
4. Se prohíbe insertar comunicaciones comerciales audiovisuales durante la emisión de los servicios religiosos.

Artículo 139. *Comunicaciones comerciales audiovisuales en acontecimientos deportivos.*

1. Las retransmisiones de acontecimientos deportivos difundidas por prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal únicamente podrán ser interrumpidas para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales aisladas cuando el acontecimiento se encuentre detenido y siempre y cuando permitan seguir el desarrollo del acontecimiento.
2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal podrán difundir comunicaciones comerciales audiovisuales simultánea o paralelamente a los programas a través del uso de la misma pantalla, siempre y cuando su tamaño no dificulte el visionado del acontecimiento deportivo y de conformidad con el desarrollo reglamentario.

Artículo 140. *Integridad de la señal.*

La inserción de sobreimpresiones, publicidad virtual o superposiciones con fines comerciales u otras modificaciones en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición requerirá el consentimiento expreso del prestador del servicio de comunicación audiovisual responsable de dicho servicio, con excepción de aquellas superposiciones que sean iniciadas por los usuarios en el ejercicio de sus derechos legítimos.

Artículo 141. *Pantalla dividida, sobreimpresiones y publicidad híbrida.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal podrán difundir comunicaciones comerciales audiovisuales simultánea o paralelamente a los programas a través del uso de la misma pantalla, salvo en noticiarios y servicios religiosos.
2. Reglamentariamente se regulará el uso de transparencias, sobreimpresiones, publicidad virtual y pantalla dividida en la programación, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 139 para acontecimientos deportivos.
3. En el caso de que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual empleen técnicas basadas en publicidad hibrida o interactiva, se deberá respetar las disposiciones establecidas en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, respecto al consentimiento de los usuarios y el tratamiento de sus datos personales.

Sección 4.ª Normativa específica para las comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual a petición

Artículo 142. *Comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición tienen derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con los límites previstos en la sección 1.ª, sección 2.ª y sección 3.ª, salvo lo previsto en el artículo 137.

TÍTULO VII

La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales

Artículo 143. *El derecho a contratar la emisión en exclusiva de contenidos audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual podrán contratar contenidos audiovisuales para su emisión en exclusiva en abierto o en acceso condicional, reservándose la decisión sobre el horario de emisión, sin perjuicio de lo establecido en la normativa reguladora de las competiciones deportivas de carácter profesional.
2. El derecho a emitir en exclusiva contenidos audiovisuales previsto en el apartado anterior no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro Estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general para la sociedad.

Artículo 144. *Derecho a la información televisiva relativa a contenidos audiovisuales emitidos en exclusiva.*

1. El titular del derecho exclusivo para difundir un acontecimiento de interés general para la sociedad permitirá a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias.
2. El resumen informativo previsto en el apartado anterior se podrá emitir únicamente en noticiarios y programas de contenido informativo de actualidad. En el caso del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición solo se podrá emitir dicho resumen informativo si el mismo prestador del servicio ofrece el mismo programa en diferido.
3. No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, sobre un conjunto unitario de acontecimientos o sobre una competición deportiva se emita en noticiarios y programas de contenido informativo de actualidad, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos. La excepción de contraprestación no incluye, sin embargo, los gastos técnicos necesarios para facilitar la elaboración del resumen informativo.
4. Durante la emisión del resumen informativo previsto en el apartado primero deberá garantizarse la aparición permanente del logotipo o marca comercial de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición.
5. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo podrán acceder, en la zona autorizada, a los espacios en los que se celebre tal acontecimiento.

Artículo 145. *Derecho a la información audiovisual radiofónica relativa a acontecimientos deportivos emitidos en exclusiva.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico dispondrán de libre acceso a los estadios y recintos para retransmitir en directo los acontecimientos deportivos que tengan lugar en los mismos, a cambio de una compensación económica equivalente a los costes generados por el ejercicio de tal derecho.
2. La cuantía de la compensación económica será fijada mediante acuerdo de las partes.
3. En caso de discrepancia, corresponderá a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia resolver el conflicto mediante resolución vinculante, a solicitud de alguna de las partes y previa audiencia de las mismas.
4. En caso de que el organizador del evento no esté establecido en España, la obligación de acceso recaerá sobre el titular de los derechos exclusivos que asuma la retransmisión en directo.

Artículo 146. *Catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad.*

1. Mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, se aprobará un catálogo con vigencia de cuatro años que incluya los acontecimientos de interés general para la sociedad que deberán emitirse mediante servicios de comunicación audiovisual televisivos en abierto y de ámbito estatal.

2. El catálogo previsto en el apartado anterior determinará en todo caso si, por razones de interés público, los acontecimientos deben ser transmitidos total o parcialmente en directo, o en caso necesario, por razones de interés público, total o parcialmente en diferido.

3. El catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad previsto en el apartado primero podrá incluir los siguientes acontecimientos:

a) Los juegos olímpicos y paralímpicos de invierno y de verano.

b) Los partidos oficiales de la selección española absoluta masculina y femenina de fútbol y de baloncesto.

c) Las semifinales y la final tanto masculina como femenina de la Eurocopa de fútbol y del Mundial de fútbol.

d) Las semifinales y finales de la Copa del Rey y de la Copa de la Reina de fútbol.

e) Un partido por jornada de la Liga Profesional de Fútbol de la Primera División y de la Primera División femenina RFEF, designado con una antelación mínima de diez días.

f) Grandes Premios de automovilismo que se celebren en España.

g) Grandes Premios de motociclismo que se celebren en España.

h) Participación de la Selección Española Absoluta masculina y femenina en los Campeonatos de Europa y del Mundo de balonmano.

i) La Vuelta Ciclista a España.

j) El Campeonato del Mundo de ciclismo.

k) La participación española en la Copa Davis de tenis y en la Copa FED.

l) La participación de tenistas de nacionalidad española en las semifinales y la final de Roland Garros.

m) Participación española en los Campeonatos del Mundo y Europa de atletismo y natación.

n) Grandes premios o competiciones nacionales e internacionales que se celebren en España y cuenten con subvención pública estatal o autonómica.

ñ) Gala de entrega de los Premios Goya a los mejores profesionales de cada una de las especialidades técnicas y creativa de la industria cinematográfica.

o) Gala de entrega de los Premios MAX de las Artes Escénicas.

4. Excepcionalmente, mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, se podrán incluir en el catálogo previsto en el apartado 1 otros acontecimientos considerados de interés general para la sociedad, adicionales a los previstos en el apartado anterior.

5. Las Comunidades Autónomas, a propuesta de sus autoridades audiovisuales competentes, podrán elaborar catálogos de eventos de interés general para los habitantes de su territorio que deberán ser emitidos en abierto por los prestadores bajo su competencia.

6. Cuando en algún acontecimiento incluido dentro del catálogo de acontecimientos de interés general participen equipos o personas originarios de una Comunidad Autónoma con lengua oficial, se podrán emplear servicios a través de televisión conectada para la retransmisión de los mismos en la lengua oficial de dicha Comunidad Autónoma.

7. La aprobación del catálogo de acontecimientos de interés general y las medidas para su ejecución se notificarán a la Comisión Europea por la autoridad audiovisual competente.

Artículo 147. *Servicios de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional o servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma titulares del derecho de emisión en exclusiva.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma que sean titulares del derecho de emisión en exclusiva de un acontecimiento incluido en el catálogo previsto en el artículo anterior podrán optar entre emitir en directo y en abierto dicho acontecimiento o venderlo a otro prestador para su emisión en abierto y al precio acordado entre los interesados.

2. En caso de no recibir ninguna oferta, el prestador titular del derecho de emisión en exclusiva estará obligado a emitir el acontecimiento en abierto, sea en directo o en diferido.

Artículo 148. *Servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto titular de derechos de emisión en exclusiva en un ámbito inferior al estatal.*

1. El prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto que sea titular del derecho de emisión en exclusiva de un acontecimiento incluido en el catálogo previsto en el artículo 146 en un ámbito inferior al estatal, tendrá el derecho de emisión en exclusiva para su ámbito en todo caso.

2. Sin perjuicio de lo previsto en el apartado anterior, el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto que sea titular del derecho de emisión en exclusiva de un acontecimiento incluido en el catálogo previsto en el artículo 146 en un ámbito inferior al estatal deberá vender a un prestador de ámbito estatal o a varios prestadores que cubran todo el territorio nacional, la emisión en abierto y en directo de dicho acontecimiento, a un precio acordado entre los interesados.

TÍTULO VIII

Política audiovisual estatal

Artículo 149. *Informe del sector audiovisual.*

La autoridad audiovisual competente elaborará un informe anual sobre la situación del sector audiovisual.

Artículo 150. *Plan Estratégico Audiovisual.*

1. Mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta de la autoridad audiovisual competente y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, se aprobará, cada seis años, un plan estratégico audiovisual que incluya, en todo caso, los siguientes apartados:

a) Diagnóstico.
b) Perspectivas de futuro.
c) Líneas de trabajo.
d) Implementación y seguimiento del plan.

2. Los resultados de la implementación del plan previsto en el apartado 1 serán objeto de publicación.

Artículo 151. *Fomento del sector audiovisual.*

1. La autoridad audiovisual competente elevará al Consejo de Ministros para su aprobación, previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, un Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual, que tendrá como bases fundamentales las siguientes:

a) Contribuir al reflejo de la diversidad cultural mediante el fomento y difusión de las obras audiovisuales grabadas, rodadas o producidas en España y, en particular, de las obras audiovisuales de productores independientes.
b) Fomentar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en el sector audiovisual mediante acciones de apoyo a la formación y promoción profesional de las mujeres y de difusión de las obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres.
c) Promover la internacionalización del sector audiovisual español.
d) Incluir indicadores de rentabilidad social de los servicios de comunicación audiovisual como criterio de evaluación para la concesión de incentivos a estos servicios.
e) Promover la competitividad de profesionales y empresas del sector.
f) Impulsar la accesibilidad de las personas con discapacidad a los contenidos audiovisuales.
g) Fomentar las actividades de alfabetización mediática, así como de alfabetización audiovisual formativa, generadoras de contenidos didácticos y favorecedoras del derecho de acceso.
h) Impulsar la formación, capacitación, innovación e investigación audiovisual.

i) Fomentar la creación, producción y difusión digital del patrimonio social y cultural.

2. Reglamentariamente se regulará el sistema de gobernanza para la elaboración, seguimiento de la ejecución y evaluación del plan previsto en el apartado anterior. En el diseño, seguimiento y evaluación del plan se utilizarán preferentemente indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan describir la situación de partida, los resultados previstos y finalmente obtenidos, así como proponer medidas correctoras en el caso de que no se alcancen los objetivos propuestos. Estos indicadores y las medidas correctoras serán de especial importancia para alcanzar una presencia equilibrada de mujeres en el ámbito de la dirección y producción de obras audiovisuales.

Artículo 152. *Patrimonio audiovisual.*

1. Los archivos audiovisuales de la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, tendrán una protección especial. La Corporación de Radio y Televisión Española, SA, velará por su conservación y la cesión de estos archivos para fines de investigación y su uso institucional o comercial.

2. Se fomentará el archivo de los programas audiovisuales por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, así como el acceso a los mismos para fines de investigación y educativos.

TÍTULO IX

Autoridades audiovisuales competentes

Artículo 153. *Autoridad audiovisual competente.*

1. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital es la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal en los términos previstos en esta ley y, en todo caso, ejercerá las siguientes competencias:

a) Propuesta, elaboración y modificación de las normas en materia audiovisual que se consideren necesarias para el cumplimiento de las finalidades de esta ley.

b) Gestión de títulos habilitantes correspondientes a la prestación de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal en los términos de los títulos II y IV.

c) Recepción de comunicación previa de inicio de actividad relativa a la prestación de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

d) Llevanza del Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.

e) Promoción de la autorregulación y corregulación a nivel nacional, europeo e internacional.

f) Promoción de programas especialmente recomendados para menores prevista en el capítulo I del Título VI.

g) Propuestas de estrategia audiovisual en los términos del título VIII.

h) Elaboración de un informe anual sobre la situación del sector audiovisual.

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ejercerá como autoridad audiovisual competente de ámbito estatal el control y supervisión de las obligaciones previstas en esta ley, de conformidad con lo establecido en los artículos 9 y 12 de la Ley 3/2013, de 4 de junio.

3. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia establecerán un marco de colaboración con el fin de dar efectivo cumplimiento a las funciones previstas en los apartados anteriores. Este marco de colaboración determinará, entre otras cuestiones, el sistema de intercambio de información entre ambas autoridades audiovisuales.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual sujetos al ámbito de aplicación de esta ley conforme a lo previsto en el artículo 3 están obligados a colaborar con las autoridades audiovisuales competentes de ámbito estatal.

5. Las autoridades audiovisuales competentes de ámbito autonómico ejercerán las correspondientes competencias sobre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, de conformidad con lo dispuesto en esta ley y en la normativa autonómica correspondiente.

TÍTULO X

Régimen sancionador

Artículo 154. *Principios generales.*

1. El procedimiento sancionador en materia audiovisual se regirá por lo establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y su desarrollo reglamentario, y por los principios establecidos en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, sin perjuicio de lo establecido en este título.

2. El plazo máximo de duración del procedimiento será de un año, y el plazo de alegaciones previsto en el artículo 76 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, tendrá una duración no inferior a un mes.

Artículo 155. *Competencias sancionadoras.*

1. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital ejercerá las competencias de supervisión, control y la potestad sancionadora en materia de títulos habilitantes para la prestación del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y la prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y, en todo caso, cuando se trate de infracciones muy graves previstas en el artículo 157.4, 157.5, 157.6 y 157.7 y cuando se trate de infracciones graves previstas en el artículo 158.1, 158.2 y 158.3, y de infracciones leves previstas en el artículo 159.1, si el requerimiento de información fuera realizado por el departamento ministerial con competencias en materia audiovisual, y en el artículo 159.2.

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el cumplimiento de lo previsto en esta ley, salvo lo relativo a títulos habilitantes, y ejercerá la potestad sancionadora, de conformidad con lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, respecto de los siguientes prestadores:

a) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma inscritos en el Registro estatal de conformidad con el artículo 39 de esta ley.

b) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España, de conformidad con lo previsto en la sección 3.ª del capítulo III del título VI de esta ley.

c) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual cuya emisión sobrepase voluntaria y deliberadamente los límites territoriales autonómicos.

d) Otros agentes que operan en el mercado audiovisual y tengan obligaciones de acuerdo con lo previsto en esta ley.

3. En aquellos casos en que resulte necesario por razón de la especialidad y complejidad de determinadas comunicaciones comerciales que fomenten comportamientos nocivos para la salud reguladas en el artículo 123 de esta ley, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en el ejercicio de sus funciones de supervisión, control y sanción, podrá solicitar el apoyo y colaboración de los órganos competentes del Estado que tengan atribuidas competencias en materia de medicamentos, productos con pretendida finalidad sanitaria, o actividades de juego.

4. La autoridad audiovisual competente en cada ámbito autonómico ejercerá las competencias de supervisión, control y la potestad sancionadora, de conformidad con su normativa reguladora, respecto de los siguientes servicios:

a) Servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, definidos en el artículo 2.10.
b) Servicios de comunicación audiovisual de ámbito local.

5. La Agencia Española de Protección de Datos ejercerá las competencias de supervisión, control y la potestad sancionadora en el caso de que se trate de la infracción muy grave del artículo 157.10.

Artículo 156. *Responsabilidad por la comisión de infracciones.*

1. Serán responsables por las infracciones previstas en esta ley:

a) Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual definido en el artículo 2.1.
b) Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma definido en el artículo 2.13.
c) Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual definidos en el artículo 2.16.
d) Otros agentes que operan en el mercado audiovisual y tengan obligaciones de acuerdo con lo previsto en esta ley.

2. A los efectos de lo previsto en el apartado anterior, los sujetos enumerados en ese apartado deberán conservar durante un plazo de seis meses a contar desde la fecha de puesta a disposición del público por primera vez los programas y contenidos audiovisuales, incluidas las comunicaciones comerciales y registrar los datos relativos a dichos programas y contenidos audiovisuales, incluidas las comunicaciones comerciales.
3. No incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual, ni el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, ni el prestador del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, cuando emitan comunicaciones comerciales audiovisuales elaboradas por personas ajenas al prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad. No obstante, el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca.

Artículo 157. *Infracciones muy graves.*

Son infracciones muy graves:

1. La emisión de contenidos audiovisuales que de forma manifiesta inciten a la violencia, a la comisión de un delito de terrorismo o de pornografía infantil o de carácter racista y xenófobo, al odio o a la discriminación contra un grupo de personas o un miembro de un grupo por razón de edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento.
2. La emisión de contenidos audiovisuales que de forma manifiesta favorezcan situaciones de desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género.
3. El incumplimiento de las prohibiciones absolutas de las comunicaciones comerciales audiovisuales previstas en los apartados 1 y 2 del artículo 122, incluyéndose también lo dispuesto al respecto de esas prohibiciones en el artículo 85.1 para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos.
4. La prestación del servicio de comunicación audiovisual sin disponer de la correspondiente licencia o sin haber cumplido el deber de comunicación previa de acuerdo con lo previsto en el artículo 17 y en los apartados 3 y 4 del artículo 76.
5. La prestación del servicio de comunicación audiovisual basado en una comunicación previa sin efectos, por hallarse incursa en alguno de los supuestos previstos en el artículo 19, incluyéndose también lo dispuesto al respecto en el artículo 76.3 para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos.
6. La prestación del servicio de comunicación audiovisual basado en una licencia cuyo titular esté incurso en cualquiera de las circunstancias previstas en el artículo 25,

incluyéndose también lo dispuesto al respecto en el artículo 76.4 para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos y se constate de manera sobrevenida.

7. La celebración de negocios jurídicos de transmisión o arrendamiento de la licencia de prestación del servicio de comunicación audiovisual vulnerando lo establecido en el artículo 32 o en el artículo 80.

8. El incumplimiento de la obligación de tomar las medidas necesarias para la protección de los menores en el servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma respecto de los programas, los vídeos generados por usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral que, en todo caso, impidan el acceso a escenas que contengan violencia gratuita o pornografía, previstas en el artículo 89.1 letra e).

9. La difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de menores en el contexto de hechos delictivos o en emisiones que discutan su tutela o filiación, vulnerando lo previsto en los artículos 83.1 y 95.2.

10. El incumplimiento de la prohibición de tratar con fines comerciales los datos personales de menores recogidos o generados por prestadores del servicio de comunicación audiovisual y prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma prevista en los artículos 83.1, 95.3 y 90 respectivamente.

11. El incumplimiento de la prohibición de emitir programas o contenidos audiovisuales que contengan escenas de violencia gratuita o pornografía de acuerdo con lo previsto en el artículo 99.2.a).

12. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 99.2.b) para la emisión de otro tipo de programas o contenidos audiovisuales que puedan resultar perjudiciales para los menores.

13. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 99.3 para la protección de los menores del contenido perjudicial.

14. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 99.4 para la protección de los menores del contenido perjudicial.

15. El incumplimiento en más de un diez por ciento de la obligación de reservar el porcentaje de tiempo de emisión anual destinado a obras europeas establecida en la Sección 2.ª del Capítulo III del Título VI.

16. El incumplimiento en más de un diez por ciento de la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea establecida en la sección 3.ª del capítulo III del título VI.

Artículo 158. *Infracciones graves.*

Son infracciones graves:

1. El incumplimiento de la obligación prevista en el artículo 37.3 de mantener actualizada la información obrante en el Registro correspondiente en relación con las participaciones significativas previstas en el artículo 38.

2. El incumplimiento de las obligaciones de publicidad del régimen de propiedad previstas en el artículo 42.

3. El incumplimiento de la obligación de inscribirse en el Registro previsto en el artículo 39 por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, y de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

4. El incumplimiento de la obligación de tomar las medidas para la protección de los menores y del público en general en el servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma respecto de los programas, los vídeos generados por usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral, previstas en el artículo 89.1 letras a), b), c), d), f), g), h) e i).

5. El incumplimiento de la obligación de garantizar las medidas de protección en las comunicaciones comerciales audiovisuales que comercialicen los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, prevista en el artículo 91.1.

6. El incumplimiento de la obligación de adoptar las medidas de protección en las comunicaciones comerciales audiovisuales que no comercialicen los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, prevista en el artículo 91.2.

7. El incumplimiento de la obligación de que los programas dispongan de una calificación por edades, visible en pantalla mediante indicativo visual y fácilmente comprensible para todas las personas, previsto en el artículo 98.1.

8. El incumplimiento de la obligación prevista en el artículo 99.2.c) para la protección de los menores del contenido perjudicial.

9. El incumplimiento de la prohibición de emitir programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias, en los términos previstos en los artículos 83.3 y 99.5.

10. El incumplimiento de la prohibición de emitir programas de actividades de juegos de azar y apuestas, en los términos previstos en los artículos 83.4 y 99.6.

11. El incumplimiento en un periodo ininterrumpido de un mes de las obligaciones de accesibilidad previstas en el artículo 102.

12. El incumplimiento en un periodo ininterrumpido de un mes de las obligaciones de accesibilidad previstas en el artículo 103.

13. El incumplimiento en un periodo ininterrumpido de un mes de las obligaciones de accesibilidad previstas en el artículo 104.

14. El incumplimiento en un periodo ininterrumpido de un mes de las obligaciones de accesibilidad previstas en el artículo 105.

15. El incumplimiento de las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales previstas en los apartados 3 y 4 del artículo 122.

16. El incumplimiento de las prohibiciones y límites establecidos para las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud, previstas en el artículo 123.

17. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales que incumplan las previsiones sobre protección de menores establecidas en el artículo 124.

18. La emisión de patrocinios sin cumplir lo previsto en el artículo 128.

19. La emisión de emplazamiento de producto sin cumplir lo previsto en el artículo 129.

20. El incumplimiento de la obligación de identificación de los espacios de televenta fijada en el artículo 131.2, así como el incumplimiento de la prohibición de insertar televenta durante los programas infantiles establecida en el artículo 131.3.

21. La falta de identificación y diferenciación entre comunicaciones comerciales audiovisuales y resto de programación, vulnerando lo previsto en el artículo 136.

22. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales por encima de los límites establecidos en el artículo 137.

23. La interrupción de programas para emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales vulnerando lo previsto en los artículos 138 y 139.1.

24. La inserción de sobreimpresiones, publicidad virtual o superposiciones con fines comerciales u otras modificaciones sin el consentimiento expreso del prestador del servicio de comunicación audiovisual, de acuerdo con lo previsto en el artículo 140.

25. El uso de la pantalla dividida, sobreimpresiones o publicidad híbrida vulnerando lo previsto en el artículo 141 y su normativa de desarrollo reglamentario, o lo previsto en el artículo 139.2 sobre acontecimientos deportivos.

26. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales por prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición vulnerando los límites previstos en el artículo 142.

27. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales por prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición vulnerando los límites previstos en el artículo 85.

28. El incumplimiento por parte del titular del derecho exclusivo para difundir un

acontecimiento de interés general para la sociedad del deber de permitir a los otros prestadores del servicio de comunicación audiovisual la emisión de un breve resumen informativo, en los términos y con las condiciones establecidas por el artículo 144.

29. El incumplimiento de las obligaciones de emisión en abierto y de venta de la emisión de los acontecimientos de interés general para la sociedad previstas, respectivamente, en los artículos 147 y 148.

30. La negativa, resistencia u obstrucción que impida, dificulte o retrase el ejercicio de facultades de supervisión, control e inspección de la autoridad audiovisual competente, así como retrasar injustificadamente la aportación de los datos requeridos por la autoridad audiovisual competente por haber transcurrido más de dos meses a contar desde la finalización del plazo otorgado en el requerimiento de información.

31. El incumplimiento en un período ininterrumpido de un mes de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por parte de los usuarios de especial relevancia.

Artículo 159. *Infracciones leves.*

Son infracciones leves:

1. El incumplimiento del deber de colaboración establecido en el artículo 153.4, cuando no constituya infracción grave.

2. El incumplimiento de las condiciones no esenciales de la licencia.

3. La falta de correspondencia o sincronismo entre la información que sobre un programa proporciona la Guía Electrónica de Programas, prevista en la normativa de telecomunicaciones, y el programa que el espectador visualiza.

4. El incumplimiento de la obligación de utilizar un sistema de descriptores de los programas, previsto en el artículo 97.

5. El incumplimiento de las obligaciones relativas a los descriptores en las Guías electrónicas de programas establecidas en los apartados 4 y 5 del artículo 98.

6. El incumplimiento por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de las condiciones de emisión del resumen informativo de acuerdo a lo previsto en los apartados 2, 3 y 4 del artículo 144.

7. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 156.2 de conservar los programas y contenidos emitidos, incluidas las comunicaciones comerciales, y registrar los datos relativos a dichos programas y contenidos, incluidas las comunicaciones comerciales.

8. El incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidas en esta ley, que no estén tipificadas como infracciones graves o muy graves.

9. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por parte de los usuarios de especial relevancia que no constituyan infracción grave.

Artículo 160. *Sanciones.*

1. Las infracciones muy graves serán sancionadas:

a) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, televisivos a petición y de los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma, con multa:

1.º De hasta 60.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean inferiores a dos millones de euros;

2.º De hasta 300.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a dos millones de euros e inferiores a diez millones de euros;

3.º De hasta 600.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a diez millones de euros e inferiores a cincuenta millones de euros;

4.º De hasta el tres por ciento de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación, con un máximo de 1.500.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español, para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4 sean iguales o superiores a cincuenta millones de euros.

b) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición, con multa de hasta 200.000 euros.

c) Las sanciones previstas en las letras a) y b) de este apartado podrán, además, llevar aparejada alguna de las siguientes sanciones accesorias:

1.º la revocación de la licencia para prestar el servicio de comunicación audiovisual y el consiguiente cese de la prestación del servicio cuando el prestador haya cometido la infracción muy grave prevista en los apartados 6 y 7 del artículo 157;

2.º el cese de las emisiones, y el precintado provisional de los equipos e instalaciones utilizados para realizar la emisión cuando se haya cometido la infracción muy grave prevista en los apartados 4 y 5 del artículo 157.

2. Las infracciones graves serán sancionadas:

a) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, televisivos a petición de los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma y de los servicios de agregación de servicios de comunicación audiovisual, con multa:

1.º De hasta 30.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean inferiores a dos millones de euros;

2.º De hasta 150.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a dos millones de euros e inferiores a diez millones de euros;

3.º De hasta 300.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a diez millones de euros e inferiores a cincuenta millones de euros;

4.º De hasta el uno coma cinco por ciento de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación con un máximo de 750.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español, para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4 sean iguales o superiores a cincuenta millones de euros.

b) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición y de otros agentes que tengan obligaciones de acuerdo con lo previsto en esta ley, con multa de hasta 100.000 euros.

3. Las infracciones leves serán sancionadas:

a) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, televisivos a petición, de los prestadores del servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma y de los servicios de agregación de servicios de comunicación audiovisual, con multa:

1.º De hasta 10.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean inferiores a dos millones de euros;

2.º De hasta 25.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a dos millones de euros e inferiores a diez millones de euros;

3.º De hasta 50.000 euros para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4, sean superiores o iguales a diez millones de euros e inferiores a cincuenta millones de euros;

4.º De hasta el cero coma cinco por ciento de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación con un máximo de 150.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español, para aquellos servicios cuyos ingresos devengados conforme a lo dispuesto en el apartado 4 sean iguales o superiores a cincuenta millones de euros.

b) En el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición con multa de hasta 50.000 euros.

4. La cuantía de las multas previstas en los apartados 1, 2 y 3 tomará como referencia los ingresos del servicio de comunicación audiovisual en el que se produjo la infracción en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación, obtenidos por la prestación de dicho servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español.

5. La resolución sancionadora será objeto de publicación en el Registro audiovisual correspondiente en el apartado de cada prestador del servicio de comunicación audiovisual o prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

Artículo 161. *Prescripción de las infracciones.*

1. Las infracciones reguladas en esta ley prescribirán, las muy graves, a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, al año.
2. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a computarse desde el día en que se hubieran cometido. Interrumpirá la prescripción la iniciación del procedimiento sancionador, con conocimiento del interesado. El plazo de prescripción volverá a correr si el expediente sancionador estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.
3. En el supuesto de infracción continuada, la fecha inicial del cómputo será aquella en que deje de realizarse la actividad infractora o la del último acto con que la infracción se consume.

Artículo 162. *Prescripción de las sanciones.*

1. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años; las impuestas por faltas graves, a los dos años, y las impuestas por faltas leves, al año.
2. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a computarse desde el día siguiente a aquel en que sea ejecutable la resolución por la que se impone la sanción de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 98 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
3. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a correr el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

Artículo 163. *Medidas provisionales previas al procedimiento sancionador.*

1. Con carácter previo a la incoación del procedimiento sancionador, la autoridad audiovisual competente podrá acordar, en los casos de urgencia inaplazable y para la protección provisional de los intereses implicados, previa audiencia del interesado y de forma motivada, la adopción de las siguientes medidas:

a) Cesación de la emisión del programa o contenido audiovisual, cuando existan indicios de que es constitutiva de infracción.
b) Advertir al público de la existencia de posibles conductas infractoras y de la apertura de un período de información o actuaciones previas con el fin de conocer las circunstancias del caso concreto y la conveniencia o no de iniciar el procedimiento sancionador, así como de las medidas adoptadas para el cese de dichas conductas.

2. El responsable deberá informar de su actuación respecto del requerimiento previsto en el apartado anterior en los tres días naturales siguientes a la recepción del mismo.

Artículo 164. *Medidas provisionales en el procedimiento sancionador.*

1. Una vez iniciado el procedimiento sancionador por alguna de las infracciones tipificadas en los artículos 157, 158 y 159, se podrán adoptar medidas provisionales que, de conformidad con el artículo 56 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, podrán consistir en las siguientes:

a) Ordenar el cese inmediato de cualquier actividad presuntamente infractora.
b) Confirmar o modificar las medidas provisionales previas adoptadas conforme a lo dispuesto en el artículo anterior. Estas medidas provisionales serán válidas durante tres meses como máximo, prorrogables por otro período de hasta tres meses.
c) La suspensión provisional de la eficacia del título habilitante y la clausura provisional de las instalaciones, en el caso de infracciones muy graves tipificadas en los apartados 5 y 6 del artículo 157.

2. Sin perjuicio de los supuestos en los que este precepto fija un plazo máximo de duración, las medidas provisionales podrán mantenerse hasta la resolución del procedimiento sancionador, siempre que se considere necesario para asegurar la eficacia de la resolución final que pudiera recaer.

Artículo 165. *Multas coercitivas por incumplimiento de medidas provisionales.*

La autoridad audiovisual competente para resolver el procedimiento sancionador podrá imponer multas coercitivas por importe que no exceda de seis mil euros por cada día que transcurra sin cumplir con la realización de uno de los actos previstos en el artículo 103.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, por parte del obligado al cumplimiento de las medidas provisionales que hubieran sido acordadas.

Las multas coercitivas serán independientes de las sanciones que puedan imponerse y compatibles con ellas y no podrán superar los importes máximos para las sanciones establecidos en el artículo 160.

El importe de las multas coercitivas previstas en esta disposición se ingresará en el Tesoro Público.

Artículo 166. *Graduación de sanciones.*

La sanción aplicable se determinará en función de las siguientes circunstancias:

a) Naturaleza e importancia de la infracción, en relación con los principios generales de la comunicación audiovisual.

b) Buena fe del responsable cuando el programa, contenido audiovisual o la comunicación comercial audiovisual presuntamente constitutiva de infracción contara con un informe de consulta previa positivo emitido por un sistema de autorregulación con el que la autoridad audiovisual competente tenga un convenio de colaboración de los previstos en los artículos 12, 14 y 15.

c) Audiencia del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma en el que se cometa la infracción.

d) La reincidencia del prestador del servicio de comunicación audiovisual responsable o del prestador del servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma, por la comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme en vía administrativa.

e) Efecto de la infracción sobre los derechos e intereses del espectador.

f) El beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.

g) El cese de la conducta infractora antes o durante la tramitación del procedimiento sancionador.

h) La subsanación inmediata del incumplimiento infractor, la reparación efectiva del daño ocasionado por la comisión de la infracción, o la colaboración activa para evitar o disminuir sus efectos.

i) El grado de culpabilidad o la existencia de intencionalidad.

Disposición adicional primera. *Aprobación del catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad.*

En el plazo de doce meses desde la entrada en vigor de esta ley se aprobará mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, el catálogo de acontecimientos de interés general con una vigencia de cuatro años.

Disposición adicional segunda. *Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual.*

1. Se crea el Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual, como órgano de cooperación en los términos del artículo 145 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

2. El Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual estará integrado por representantes de las autoridades independientes de ámbito estatal y autonómico en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual que tengan la responsabilidad primaria de la supervisión de los servicios de comunicación audiovisual o, en los casos en que no exista una autoridad u organismo, por otros representantes elegidos a través de sus propios procedimientos.

3. Los cometidos del Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual serán los siguientes:

a) Intercambiar experiencias y mejores prácticas sobre la aplicación del marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual en sus ámbitos de competencia, en particular en lo que respecta a las obligaciones de promoción de obra audiovisual europea, accesibilidad, la alfabetización mediática, la protección de los menores y el cumplimiento por parte de los servicios públicos de comunicación audiovisual de su misión de servicio público.

b) Cooperar e intercambiar información.

c) Intercambiar información y mejores prácticas sobre el funcionamiento de los mecanismos desarrollados por los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma dirigidos a la protección de los usuarios y los menores.

d) Intercambiar información y mejores prácticas sobre el funcionamiento de los mecanismos de fomento y promoción de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas previstos en la disposición adicional quinta.

e) Realizar o encargar los informes que considere oportunos sobre la prestación del servicio de comunicación audiovisual.

4. El Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual adoptará su reglamento interno.

Disposición adicional tercera. *Medidas para favorecer la producción audiovisual realizada por mujeres.*

Se fomentará la producción de obras audiovisuales dirigidas o producidas por mujeres mediante la convocatoria de ayudas con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía. Asimismo, se fomentará la formación, atracción y retención de talento femenino en el sector audiovisual, y se llevarán a cabo acciones que permitan a las mujeres el acceso a puestos de trabajo en áreas ampliamente masculinizadas, así como en los puestos de mayor responsabilidad, de conformidad con lo previsto en el artículo 151.1.

Disposición adicional cuarta. *Protección de datos de carácter personal.*

1. El tratamiento de datos personales regulado en la Ley se llevará a cabo conforme a lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

2. El tratamiento de los datos personales relativos al Registro estatal a que se refiere el artículo 39, así como la comunicación de datos del registro a terceros tiene como base jurídica el cumplimiento de la obligación legal que corresponde al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital de mantener un listado con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma que deberá ser comunicado periódicamente a la Comisión Europea. Asimismo, el tratamiento de datos por parte del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y la cesión de datos por parte de este Ministerio a terceras Administraciones públicas tiene como base jurídica el cumplimiento de una misión de interés público y el ejercicio de poderes públicos.

Estos datos solo serán comunicados a las Administraciones públicas en el ejercicio de sus competencias, cuando sea necesario para la tramitación y resolución de sus procedimientos.

3. En cumplimiento del principio de minimización, se inscribirán en el Registro estatal los siguientes datos personales tanto de representantes como de los titulares de participaciones significativas en el capital de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual o de servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma: Nombre y apellidos, domicilio, Documento Nacional de identidad o pasaporte, correo electrónico, y teléfono.

4. La finalidad del Registro estatal es facilitar el conocimiento de los agentes prestadores de los servicios contemplados en esta ley en orden a garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en ella.

5. La fuente de los datos a incorporar en el Registro estatal serán los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.

6. La información sobre Registro estatal en la sede electrónica del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital incluirá una cláusula informativa de tratamiento de datos conforme a lo previsto en el artículo 14 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que faciliten información al Registro estatal tendrán la obligación de facilitar previamente esa información a las personas afectadas conforme al artículo 13 de dicho Reglamento.

7. Los datos del Registro estatal serán públicos, de libre acceso y reutilizables en los términos establecidos en el artículo 40.

8. El responsable del tratamiento será el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, que garantizará la aplicación de las medidas de seguridad preceptivas que resulten del correspondiente análisis de riesgos, teniendo en cuenta que dichos tratamientos serán realizados por Administraciones públicas obligadas al cumplimiento del Real Decreto 3/2010, de 8 de enero, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad en el ámbito de la Administración Electrónica.

9. Los datos de carácter personal se conservarán durante el tiempo necesario para el cumplimiento de las finalidades previstas en esta ley, así como para atender responsabilidades administrativas y jurisdiccionales relacionadas con su tratamiento.

10. El ejercicio de los derechos de acceso, rectificación y cancelación en relación con los datos de carácter personal se podrá efectuar en los términos establecidos en la normativa de protección de datos de carácter personal, con las excepciones y limitaciones previstas en ella.

Disposición adicional quinta. *Promoción de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.*

1. La autoridad audiovisual competente de ámbito estatal y las autoridades competentes de aquellas Comunidades Autónomas con lenguas oficiales promoverán la presencia en los servicios de comunicación audiovisual televisivos de obras audiovisuales producidas, dobladas o subtituladas en las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.

Asimismo, se fomentará la presencia en los servicios de comunicación audiovisual televisivos de aquellas obras audiovisuales que hayan sido producidas por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal o autonómico en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas o que hayan recibido ayudas por parte de dichas Comunidades Autónomas o bien que acrediten un nivel de calidad verificado por la autoridad audiovisual competente de la Comunidad Autónoma.

El prestador del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal y los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal garantizarán en sus servicios de comunicación audiovisual temáticos infantiles, y en sus catálogos de programas, la incorporación de contenidos audiovisuales especialmente recomendados para el público infantil de hasta doce años, doblados en las lenguas oficiales de las comunidades Autónomas. Asimismo, estos prestadores ofrecerán contenidos audiovisuales dirigidos al público general, doblados o subtitulados en las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.

2. Con la finalidad de fomentar la diversidad lingüística y la presencia de lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas en los servicios de comunicación audiovisual televisivos, las Administraciones públicas podrán establecer programas de ayudas al subtitulado o doblaje de las obras audiovisuales en estas lenguas.

Asimismo, la autoridad audiovisual competente, en colaboración con las Comunidades Autónomas con lengua oficial, impulsará la aprobación, en un plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley, de un acuerdo de autorregulación con los prestadores del

servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición incluyendo a aquellos prestadores que, estando establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea, dirijan sus servicios al mercado español, con el fin de fomentar la incorporación en sus catálogos de contenidos audiovisuales doblados o subtitulados en las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, prestando especial atención a contenidos audiovisuales dirigidos al público infantil hasta doce años.

Sin perjuicio de lo anterior, y con el fin de atender al fomento y protección del uso de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas promoviendo el doblaje y subtitulado de obras audiovisuales en sus lenguas oficiales, se establecerá un fondo de ayudas por parte del Estado y las Comunidades Autónomas con lenguas oficiales cuyo importe será transferido en su integridad a los organismos competentes de aquellas Comunidades Autónomas con lenguas oficiales que los gestionarán conforme a sus competencias. Este fondo se dotará con las aportaciones que realice cada Comunidad Autónoma con lengua oficial y el Estado, conforme a las disponibilidades presupuestarias aprobadas anualmente.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición deberán incorporar en sus catálogos las versiones lingüísticas de aquellas obras audiovisuales que ya hayan sido dobladas o subtituladas en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, siempre que se pongan a disposición sin contraprestación económica, su inclusión sea técnicamente viable y dicho doblaje o subtitulado haya sido financiado por la autoridad competente de la Comunidad Autónoma o sea propiedad de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual en cada ámbito autonómico o bien acrediten un nivel de calidad verificado por la autoridad audiovisual competente de la Comunidad Autónoma. La supervisión de los acuerdos para la incorporación de las versiones lingüísticas corresponde a la autoridad audiovisual competente en cada caso.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición mantendrán en el catálogo las obras audiovisuales que hayan sido dobladas o subtituladas a las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas durante todo el tiempo en que dicho contenido esté presente en el catálogo.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición deberán garantizar la prominencia de los contenidos audiovisuales producidos, doblados o subtitulados en las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas, a través de sistemas de búsqueda o de promoción y de facilidades de acceso a las mismas, de acuerdo con los datos de geolocalización que dispongan de las personas usuarias residentes en dichas Comunidades Autónomas.

Disposición transitoria primera. *Catálogo transitorio de acontecimientos de interés general para la sociedad.*

En tanto no se apruebe el catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad, previsto en la disposición adicional primera, se emitirán en directo y en abierto los acontecimientos detallados en el artículo 146.3.d) y e), siempre que haya algún prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo en abierto interesado en difundirlo.

Disposición transitoria segunda. *Calificación de programas y recomendación por edad.*

En tanto no se apruebe el acuerdo de corregulación previsto en el artículo 98.2, los programas se calificarán y recomendarán por edad de conformidad con los siguientes criterios:

Apta para todos los públicos
+ 7
+ 12
+ 16
+ 18
X

Disposición transitoria tercera. *Servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos comunitarios sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres preexistentes.*

Los servicios de comunicación audiovisual televisivos y radiofónicos comunitarios sin ánimo de lucro mediante ondas hertzianas terrestres que acrediten su funcionamiento ininterrumpido durante los últimos cinco años, sin haber causado problemas de interferencias, y pretendan continuar su actividad, podrán solicitar, en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley, la concesión del correspondiente título habilitante a la autoridad audiovisual autonómica competente, conforme a las disponibilidades de espectro radioeléctrico. A estos efectos, la autoridad estatal competente en materia de planificación y gestión del espectro radioeléctrico reservará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

Disposición transitoria cuarta. *Régimen transitorio de accesibilidad.*

En tanto no entren en vigor las previsiones relativas a la accesibilidad contenidas en el capítulo II del título VI conforme a lo establecido en la disposición final novena, continuarán vigentes las obligaciones relativas a la accesibilidad establecidas en el artículo 8 y la disposición transitoria quinta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para los sujetos obligados por dicha Ley.

En tanto no entre en vigor la normativa de desarrollo prevista en el artículo 101.4, se entenderán por bajo volumen de negocio aquellos ingresos anuales inferiores a dos millones de euros y por baja audiencia aquella inferior al dos por ciento en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, y la inferior al uno por ciento en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición.

Disposición transitoria quinta. *Régimen transitorio de la obligación de promoción de obra audiovisual europea.*

1. En tanto no entren en vigor las previsiones relativas a la promoción de obra audiovisual europea contenidas en la sección 2.ª y en la sección 3.ª del capítulo III del título VI conforme a lo establecido en la disposición final novena, continuarán vigentes las obligaciones relativas a la promoción de obra audiovisual establecidas en el artículo 5 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para los sujetos obligados por dicha Ley.

2. Las disposiciones contenidas en el Real Decreto 988/2015 de 30 de octubre, por el que se regula el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas, continuarán vigentes en lo que no se opongan a esta ley respecto de la obligación de financiación de obra europea, hasta que entre en vigor la normativa de desarrollo correspondiente a esta obligación.

3. En tanto no entre en vigor la normativa de desarrollo correspondiente a esta obligación, se entenderá por baja audiencia aquella inferior al dos por ciento en el caso de los servicios de comunicación audiovisual lineal, y la inferior al uno por ciento en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición conforme a lo establecido en la Comunicación de la Comisión de 2 de julio de 2020, por la que se establecen Directrices en virtud del artículo 13, apartado 7, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual relativas al cálculo de la proporción de obras europeas en los catálogos a petición y a la definición de «baja audiencia» y «bajo volumen de negocios».

Disposición transitoria sexta. *Régimen transitorio de la aportación a la Corporación de Radio y Televisión Española.*

En tanto no entren en vigor las nuevas previsiones relativas a la financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española contenidas en la disposición final cuarta conforme a lo establecido en la disposición final novena, continuarán vigentes las obligaciones relativas a la financiación de la Corporación de Radio Televisión Española establecidas en la Ley 8/2009, de 28 de agosto, para los operadores de telecomunicaciones de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma y para los

prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma.

Disposición transitoria séptima. *Régimen transitorio del Registro estatal de prestadores de servicios de comunicación audiovisual.*

En tanto no entre en funcionamiento el Registro estatal previsto en el artículo 39, se mantiene en vigor el Registro estatal de prestadores de servicios de comunicación audiovisual previsto en el artículo 33 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, así como las inscripciones efectuadas en el mismo, que serán de oficio trasladadas al nuevo Registro.

Disposición derogatoria única. *Alcance de la derogación normativa.*

1. Se derogan cuantas normas de igual o inferior rango contradigan o se opongan a lo dispuesto en la presente ley y, en todo caso, las siguientes:

a) Ley 22/1999, de 7 de junio, de modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

b) Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

c) La disposición adicional duodécima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

2. Dejarán de producir efectos los actos que contradigan o se opongan a lo dispuesto en la presente ley y, en todo caso, la Resolución de 10 de junio de 2010, por la que se constituye el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, publicada en virtud de la Resolución de 21 de junio de 2010, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.*

El apartado 5 del artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, queda modificado en los siguientes términos:

> «5. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas.
>
> La comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel igual o inferior a veinte grados, se someterá a los requisitos establecidos en la normativa de comunicación audiovisual.
>
> Queda prohibida la publicidad de bebidas alcohólicas con graduación alcohólica superior a veinte grados en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo.
>
> La forma, contenido y condiciones de la publicidad de bebidas alcohólicas serán limitados reglamentariamente en orden a la protección de la salud y seguridad de las personas, teniendo en cuenta los sujetos destinatarios, la no inducción directa o indirecta a su consumo indiscriminado y en atención a los ámbitos educativos, sanitarios y deportivos.
>
> Con los mismos fines que el párrafo anterior el Gobierno podrá, reglamentariamente, extender las prohibiciones previstas en este apartado para bebidas con más de veinte grados a bebidas con graduación alcohólica inferior a veinte grados.»

Disposición final segunda. *Modificación de la Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública.*

La Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública, queda modificada como sigue:

Uno. Se modifica el artículo 4, que queda redactado como sigue:

«Artículo 4.

1. Toda la producción estadística para fines estatales se desarrollará, se elaborará y se difundirá de acuerdo con los principios y requisitos regulados en la presente ley, en el Reglamento 223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de marzo de 2009, relativo a la estadística europea y con los estándares de calidad y principios recogidos en el Código de Buenas Prácticas de las estadísticas europeas.

2. Las estadísticas para fines estatales se ajustarán a los principios de independencia profesional, imparcialidad, objetividad, fiabilidad, secreto estadístico, rentabilidad, transparencia, especialidad y proporcionalidad.

3. Las estadísticas para fines estatales deben desarrollarse, elaborarse y difundirse de modo independiente, sobre todo en lo que respecta a la selección de técnicas, definiciones, metodologías y fuentes que deban utilizarse, y al calendario y el contenido de cualquier forma de difusión.

4. Para garantizar la imparcialidad, las estadísticas para fines estatales deben desarrollarse, elaborarse y difundirse salvaguardando la neutralidad operativa y dando igual trato a todos los usuarios.

5. En aplicación del principio de objetividad, las estadísticas para fines estatales deben desarrollarse, elaborarse y difundirse de modo sistemático, fiable e imparcial; ello implica recurrir a normas profesionales y éticas, y que las políticas y las prácticas seguidas sean transparentes para los usuarios y encuestados.

6. Conforme al principio de fiabilidad, las estadísticas para fines estatales deben representar lo más fiel, exacta y coherentemente posible la realidad a la que se dirigen, lo que implica recurrir a criterios científicos en la elección de las fuentes, los métodos y los procedimientos.

7. De acuerdo con el principio de secreto estadístico, los datos confidenciales relativos a unidades estadísticas individuales que se obtienen directamente con fines estadísticos o indirectamente de fuentes administrativas u otras estarán protegidos, lo que implica que estará prohibida la utilización con fines no estadísticos de los datos obtenidos y su revelación ilegal. A fin de garantizar el secreto estadístico, además de observarse las prescripciones contenidas en el capítulo III del presente título, los servicios estadísticos estarán obligados a adoptar las medidas organizativas y técnicas necesarias para proteger la información.

8. En aplicación del principio de transparencia, los sujetos que suministren datos tienen derecho a obtener plena información, y los servicios estadísticos obligación de proporcionarla, sobre la protección que se dispensa a los datos obtenidos y la finalidad con la que se recaban.

9. En virtud del principio de especialidad, es exigible a los servicios estadísticos que los datos recogidos para la elaboración de estadísticas se destinen a los fines que justificaron la obtención de los mismos para fines estadísticos, sin perjuicio de las cesiones ulteriores que puedan realizarse para fines científicos, de conformidad con lo previsto en el Reglamento (UE) 2016/679.

10. Conforme al principio de rentabilidad, los costes de elaborar estadísticas deben ser proporcionales a la importancia de los resultados y beneficios buscados, los recursos deben ser bien utilizados y debe reducirse la carga de respuesta en la medida de lo posible. La información buscada deberá poder extraerse fácilmente de documentos o fuentes disponibles.

11. En virtud del principio de proporcionalidad, se observará el criterio de correspondencia entre la cuantía de la información que se solicita y los resultados que de su tratamiento se pretende obtener.»

Dos. Se modifica el artículo 10, que queda redactado como sigue:

«Artículo 10.

1. Las estadísticas para fines estatales deberán tener como fuente prioritaria de información los datos contenidos en los registros administrativos, entendiendo por tales los recogidos en archivos o directorios del sector público.

2. Para el ejercicio de sus funciones, los servicios estadísticos estarán facultados para recabar datos de todas las personas físicas y jurídicas o cualquier otra entidad residente en España o que, no siendo residentes, desarrollen una actividad económica en España.

3. Los servicios estadísticos podrán recabar de las personas jurídicas aquellos datos o informaciones que estén almacenados en cualquiera de sus bases de datos, para la realización de las funciones que tiene atribuidas por esta ley, atendiendo a lo especificado en el punto 2 de su artículo 11.

4. Todas las personas físicas y jurídicas, así como todas las entidades que suministren datos, tanto si su colaboración es obligatoria como voluntaria, deben contestar de forma veraz, exacta, completa y dentro del plazo a las preguntas ordenadas en la debida forma por parte de los servicios estadísticos.

5. La misma obligación incumbe a todas las instituciones y entidades públicas de la Administración del Estado, las Comunidades Autónomas y las Corporaciones Locales. Cuando para la realización de estadísticas sea precisa la utilización de datos obrantes en fuentes administrativas, los órganos, autoridades y funcionarios encargados de su custodia prestarán la más rápida y ágil colaboración a los servicios estadísticos.

6. Podrán exceptuarse de lo establecido en el apartado anterior, los organismos públicos que custodien o manejen datos relativos a las necesidades de la seguridad del Estado y la defensa nacional. En cuanto a los datos de naturaleza tributaria, se estará a lo dispuesto en la legislación específica reguladora de la materia.»

Tres. Se modifica el artículo 13, que queda redactado como sigue:

«Artículo 13.

1. Serán objeto de protección y quedarán amparados por el secreto estadístico los datos confidenciales que obtengan los servicios estadísticos, tanto directamente de los informantes como a través de otras fuentes.

2. Se entiende que son datos confidenciales los datos que permiten identificar, directa o indirectamente, a las unidades estadísticas y divulgar, por tanto, información sobre particulares. Para determinar si una unidad estadística es identificable, deberán tenerse en cuenta todos los medios pertinentes que razonablemente podría utilizar un tercero para identificar a la unidad estadística.

Por identificación directa se entenderá la identificación de una unidad estadística por su nombre o apellidos, su domicilio o un número de identificación públicamente accesible.

Por identificación indirecta se entenderá la identificación de una unidad estadística por otros medios que los de la identificación directa.

3. El secreto estadístico obliga a los servicios estadísticos a no difundir en ningún caso los datos confidenciales, cualquiera que sea su origen.»

Cuatro. Se modifica el apartado 2 del artículo 14, que queda redactado como sigue:

«2. Queda prohibida la utilización para finalidades distintas de las estadísticas de los datos confidenciales obtenidos directamente por los servicios estadísticos.»

Cinco. Se modifica el apartado 1 y se añaden tres nuevos apartados, que se numeran del 3 al 5 en el artículo 15:

«1. La comunicación a efectos estadísticos entre las Administraciones y organismos públicos de los datos confidenciales protegidos por el secreto estadístico solo será posible si se dan los siguientes requisitos, que habrán de ser comprobados por el servicio u órgano que los tenga en custodia:

a) Que los servicios que reciban los datos desarrollen funciones fundamentalmente estadísticas y hayan sido regulados como tales antes de que los datos sean cedidos.

b) Que el destino de los datos sea precisamente la elaboración de las estadísticas para fines estatales que dichos servicios tengan encomendadas.

c) Que los servicios destinatarios de la información dispongan de los medios necesarios para preservar el secreto estadístico.

2. La comunicación a efectos no estadísticos entre las Administraciones y organismos públicos de la información que obra en los registros públicos no estará sujeta al secreto estadístico, sino a la legislación específica que en cada caso sea de aplicación.

3. Los servicios estadísticos podrán conceder a instituciones de investigación, estudios o análisis que lo soliciten, acceso a datos confidenciales que solo permitan la identificación indirecta de las unidades estadísticas, para la realización de análisis estadísticos con fines científicos de interés público, siempre que se respete la confidencialidad de los datos y el secreto estadístico.

La institución solicitante deberá ser una entidad reconocida en el ámbito de la investigación, estudios o análisis, que presente un proyecto de interés avalado por una institución pública y que indique claramente cuáles son los datos confidenciales a los que solicita acceso.

No se dará acceso a ningún otro dato que los que sean estrictamente necesarios para cumplir los objetivos del solicitante.

No se dará acceso a investigadores que actúen a título personal.

En el caso de estudios que prevean en sus proyectos iniciales el uso de información estadística complementaria y cuenten con el consentimiento individual informado para solicitar tales datos a los servicios estadísticos, se podrá permitir enlazar esta información a nivel de registro individual.

4. Los términos para conceder el acceso descrito en el apartado anterior de este artículo se determinarán reglamentariamente. En el caso de que la información objeto de solicitud haya sido previamente cedida con fines estadísticos por otros organismos, se requerirá la aprobación previa de dichos organismos.

5. Los investigadores e instituciones que tengan acceso a datos confidenciales estarán obligados a guardar absoluta reserva sobre los mismos y a no difundir ninguna información identificable en los mismos términos que prevé esta ley para el personal estadístico.»

Seis. Se modifica la redacción de los apartados 1, 4 y 5 del artículo 16, que quedan redactados como sigue:

«1. No quedarán amparadas por el secreto estadístico las simples relaciones de establecimientos, empresas, explotaciones u organismos de cualquier clase, en cuanto aludan a su denominación, emplazamiento, actividad y el intervalo de tamaño al que pertenece.

Tampoco quedarán amparados por el secreto estadístico los datos obtenidos de fuentes públicas, puestos legalmente a disposición del público y que sigan siendo accesibles al público con arreglo a la legislación nacional, a efectos de la difusión de estadísticas elaboradas a partir de ellos.»

«4. Los interesados tendrán derecho de acceso a los datos confidenciales que figuren en las relaciones de establecimientos, empresas, explotaciones y organismos de cualquier clase a las que se refiere el apartado 1 de este artículo y a obtener la rectificación de los errores que contengan.

5. Las normas de desarrollo de la presente ley establecerán los requisitos necesarios para el ejercicio del derecho de acceso y rectificación a que se refiere el apartado anterior de este artículo, así como las condiciones que habrán de tenerse en cuenta en la difusión de los datos a los que se refiere el apartado 1 de este artículo.»

Siete. Se modifican los apartados 1 y 2 y se añade un nuevo apartado 3 al artículo 25, quedando redactados como sigue:

«1. El Instituto Nacional de Estadística es un organismo autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que queda adscrito al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Su estructura y funciones se desarrollarán por medio de un Estatuto que será aprobado por Real Decreto.

2. En el ejercicio de sus competencias y desempeño de sus funciones el Instituto Nacional de Estadística se regirá por la presente ley, y, en lo no previsto por ella, por las normas contenidas en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y la Ley 46/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria, y demás disposiciones generales que le sean de aplicación.

3. El Instituto Nacional de Estadística es la autoridad estadística nacional.»

Ocho. Se modifica la letra o) y se añade una nueva letra u) renombrándose la letra u) que pasa a ser la letra v) del artículo 26, quedando redactadas como sigue:

«o) Las relaciones en materia estadística con los Organismos internacionales y con las oficinas centrales de estadística de países extranjeros, en coordinación, cuando sea necesario con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España.»

«u) La puesta a disposición de la información recogida en el INE y, de forma no exclusiva, la procedente de los Departamentos ministeriales, Organismos Autónomos y Entidades Públicas de la Administración del Estado, a entes públicos e instituciones de investigación, estudios o análisis, con fines científicos de interés público, en los términos que se determinen reglamentariamente.

v) Cualesquiera otras funciones estadísticas que las normas no atribuyan específicamente a otro organismo y las demás que se le encomienden expresamente.»

Nueve. Se modifica el apartado 2 del artículo 27, que queda redactado como sigue:

«2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, la competencia para contratar corresponderá, sin necesidad de autorización previa, al Presidente del Organismo, sin perjuicio de la delegación de competencias que pueda establecer. Asimismo, necesitará autorización previa del Consejo de Ministros en los supuestos contemplados en el artículo 324 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.»

Diez. Se modifica el apartado 3 del artículo 28, que queda redactado como sigue:

«3. El Presidente será nombrado por el Gobierno mediante Real Decreto a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, de entre personas de reconocida competencia en materias relacionadas con la actividad estadística pública, conforme a lo establecido en el título I de la Ley 3/2015, de 30 de marzo, reguladora del ejercicio del alto cargo de la Administración General del Estado. El Presidente ostentará la representación legal del Instituto.»

Once. Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 34 y se añaden dos apartados más, los números 4 y 5, quedando redactados como sigue:

«2. El instituto Nacional de Estadística podrá recabar de los Departamentos ministeriales, Organismos Autónomos y Entidades Públicas de la Administración del Estado, cualquier dato o archivo de datos y directorios de utilidad estadística, salvo que se refieran a las materias indicadas en el artículo 10.6 de la presente ley y sin perjuicio de lo previsto respecto de la protección de los datos personales en el artículo 16. Además, sin perjuicio de la regulación específica que opere en función de la naturaleza tributaria de los datos, y demás excepciones mencionadas en el artículo 10.6, el Instituto Nacional de Estadística podrá acceder a los registros administrativos sin demora y gratuitamente, hacer uso de ellos e integrarlos en las estadísticas en la medida necesaria para el desarrollo, la elaboración y la difusión de las estadísticas para fines estatales. Asimismo, los servicios estadísticos de los departamentos ministeriales y de las entidades del sector público institucional estatal podrán recabar del Instituto Nacional de Estadística aquellos datos, archivos y directorios necesarios

exclusivamente para el desarrollo de las estadísticas para fines estatales a ellos encomendadas. Estos intercambios se formalizarán mediante el instrumento que acuerden las partes.

3. Los registros administrativos puestos a disposición del instituto Nacional de Estadística y de los servicios estadísticos de los departamentos ministeriales por sus titulares, irán acompañados de los metadatos pertinentes, a fin de que puedan ser utilizados en el desarrollo, la elaboración y la difusión de estadísticas para fines estatales.

4. El Instituto Nacional de Estadística podrá participar en las actividades de estandarización relativas a registros administrativos que sean de utilidad para el desarrollo, la elaboración y la difusión de estadísticas para fines estatales.

5. En los términos establecidos reglamentariamente, el Instituto Nacional de Estadística podrá informar sobre la utilidad estadística de los anteproyectos de leyes o disposiciones administrativas por los que se creen, modifiquen o supriman registros administrativos, directorios u otros archivos de datos de utilidad estadística. Los expedientes de creación, modificación o supresión de tales fuentes deberán hacer constar explícitamente el uso estadístico de la información que contienen. A estos efectos, el Instituto Nacional de Estadística elaborará y mantendrá actualizado un inventario de fuentes administrativas de uso estadístico.»

Doce. Se modifica el apartado 2 del artículo 40, que queda redactado como sigue:

«2. Del mismo modo, todos los órganos de la Administración del Estado facilitarán a los servicios estadísticos de las Comunidades Autónomas los datos que aquéllos posean y que éstos les reclamen para la elaboración de estadísticas de interés autonómico, salvo que se refieran a las materias indicadas en el apartado 6 del artículo 10 de la presente ley.»

Trece. Se modifica el artículo 47, que queda redactado como sigue:

«Artículo 47.

Corresponde al Instituto Nacional de Estadística la coordinación y participación en los grupos de trabajo u otros mecanismos de cooperación internacional en materia estadística. El Presidente del INE representará al Sistema Estadístico Nacional en el Sistema Estadístico Europeo y el Sistema Estadístico Internacional.»

Catorce. Se modifica la letra b) del apartado 2 del artículo 50, que queda redactada como sigue:

«b) La utilización para finalidades distintas de las estadísticas de los datos personales confidenciales obtenidos directamente de los informantes por los servicios estadísticos.»

Quince. Se modifican los apartados 1 y 3 del artículo 52, que quedan redactados como sigue:

«1. Las infracciones leves prescribirán a los seis meses, las graves, a los dos años, y las muy graves, a los tres años.»

«3. La prescripción se interrumpirá por la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, volviendo a correr el plazo si el expediente permaneciese paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto infractor.»

Dieciséis. Se modifica el artículo 53, que queda redactado como sigue:

«Artículo 53.

1. Las sanciones impuestas por infracciones leves prescribirán al año; las impuestas por infracciones graves, a los dos años, y las impuestas por infracciones muy graves, a los tres años.

2. El plazo de prescripción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que sea ejecutable la resolución por la que se imponga la sanción.

3. La prescripción se interrumpirá por la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si el mismo está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.»

Diecisiete. Se suprime el apartado 2 del artículo 54 y se modifica su apartado 1 que queda redactado como sigue:

«1. El Instituto Nacional de Estadística podrá imponer sanciones muy graves, graves o leves, que se instruirán de acuerdo con el procedimiento establecido en el Título IV de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y el Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.»

Disposición final tercera. *Modificación de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal.*

La Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, queda modificada como sigue:

Uno. El artículo 4 queda modificado del siguiente modo:

«Las Cortes Generales aprobarán mandatos-marco a la Corporación RTVE en los que se concretarán los objetivos generales de la función de servicio público que tiene encomendados. Los mandatos-marco tendrán una vigencia de ocho años prorrogable.

Los objetivos aprobados en el mandato-marco serán desarrollados cada cuatro años en los contratos-programa acordados por el Gobierno con la Corporación RTVE.»

Dos. El apartado 1.a) del artículo 32, queda modificado del siguiente modo:

«a) Los objetivos específicos a desarrollar por la Corporación en el ejercicio de la función de servicio público encomendada por el Estado para un período de cuatro años prorrogable.»

Disposición final cuarta. *Modificación de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.*

La Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, queda modificada en los siguientes términos:

Uno. El apartado 1 del artículo 2, queda redactado del siguiente modo:

«1. La Corporación RTVE se financiará con los siguientes recursos:

a) Las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado a que se refieren la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y televisión de titularidad estatal y la presente ley.

b) Un porcentaje o importe sobre el rendimiento de la tasa sobre reserva de dominio público radioeléctrico regulada en la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

c) La aportación que deben realizar los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, de acuerdo con lo previsto en esta ley, y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

d) Los ingresos obtenidos por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, en los términos establecidos en esta ley.

e) Los productos y rentas de su patrimonio.

f) Las aportaciones voluntarias, subvenciones, herencias, legados y donaciones.

g) Los procedentes de las operaciones de crédito que concierten, dentro de los límites establecidos en el artículo 31 de la Ley 17/2006, de 5 de junio.

h) Cualesquiera otros de derecho público o de derecho privado que les puedan ser atribuidos por cualquiera de los modos establecidos en el ordenamiento jurídico.»

Dos. El apartado 1 del artículo 3 queda redactado del siguiente modo:

«1. Los ingresos a los que se refieren las letras a), b) y c) del apartado 1 del artículo anterior solo podrán ser destinados por la Corporación RTVE a financiar actividades que sean de servicio público. La Corporación RTVE no podrá utilizar estos ingresos para bajar injustificadamente los precios de su oferta comercial y de servicios ni para presentar ofertas desproporcionadamente elevadas frente a competidores privados por derechos de emisión sobre contenidos en el mercado audiovisual.»

Tres. El artículo 4 queda redactado del siguiente modo:

«1. La Corporación RTVE percibirá un porcentaje o importe sobre el rendimiento de la tasa sobre reserva de dominio público radioeléctrico regulada en el apartado 3 del Anexo I de la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

2. Mientras las leyes de Presupuestos Generales del Estado no establezcan un porcentaje o importe diferente sobre el rendimiento de la tasa sobre reserva de dominio público radioeléctrico, el importe anual queda fijado en 480 millones de euros.

3. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital gestionará la tasa sobre reserva de dominio público radioeléctrico y la Dirección General del Tesoro y Política Financiera ordenará el pago del importe del porcentaje sobre el rendimiento de la aludida tasa a la Corporación de Radio y Televisión Española, en la forma y plazos que reglamentariamente se determinen.»

Cuatro. Se suprime el artículo 5.

Cinco. El artículo 6 queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 6. *Aportación a realizar por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo y por los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma contribuirán a la financiación de la Corporación RTVE mediante el pago de una aportación anual.

2. La aportación prevista en el apartado anterior se regirá por lo dispuesto en esta ley y, subsidiariamente, por la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria, y las normas reglamentarias dictadas en desarrollo de las mismas.

3. Resultarán obligados al pago de esta aportación:

a) Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y televisivo a petición, ya sea en abierto o de pago, de ámbito estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, que deban inscribirse en el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.

b) Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y televisivo a petición, ya sea en abierto o de pago que, estando establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea, ofrezcan servicios específicamente dirigidos al territorio nacional.

c) Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma inscritos en el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual.

d) Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma que, estando establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea, ofrezcan servicios específicamente dirigidos al territorio nacional.

4. Estarán exentos del pago de la aportación prevista en el apartado 1 los obligados cuando reúnan las condiciones para aplicar el Plan General de Contabilidad Pequeñas y Medianas Empresas de acuerdo con los artículos 2 y siguientes del Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de

Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas y los criterios contables específicos para microempresas.

5. La aportación prevista en el apartado 1 se calculará sobre los ingresos brutos de explotación facturados en el año correspondiente, entendiendo por tales los percibidos por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma en razón de su actividad como prestadores de dicho servicio en el mercado audiovisual español.

En los casos b) y d) del apartado 3 la aportación se calculará sobre los ingresos brutos de explotación facturados en el año correspondiente por los servicios específicamente dirigidos al territorio nacional.

En el caso de que el prestador obligado comercialice y facture servicios de comunicación audiovisual o servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma de forma conjunta con otros servicios, éste deberá aportar a la Administración tributaria datos y criterios para la imputación contable de cada una de las partidas de ingresos.

En todo caso, estarán sujetos los ingresos brutos de explotación obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual ya sea de manera directa o a través de una empresa del mismo grupo en los términos establecidos en el artículo 42 del Código de Comercio.

6. Se computarán como ingresos brutos de explotación los obtenidos por:

a) Comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con lo establecido en la normativa audiovisual.

b) Cuotas de inscripción, suscripción, prepago o pago por visión directa satisfechos por usuarios finales.

c) Alquiler y venta a usuarios finales de equipos descodificadores necesarios para el visionado de contenidos audiovisuales.

d) El rendimiento de obras audiovisuales objeto de financiación anticipada prevista en el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

7. No se computarán a efectos del cálculo de la aportación prevista en el apartado primero los ingresos brutos de explotación obtenidos por:

a) Comunicaciones comerciales realizadas en medios distintos de los servicios de comunicación audiovisual de los prestadores sujetos al pago de la aportación.

b) Enajenación o cesión de derechos de distribución y exhibición sobre obras cinematográficas y audiovisuales.

c) Provisión, arrendamiento, cesión o enajenación de derechos de emisión de canales propios de televisión a prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas o a otros prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

d) Provisión, arrendamiento, cesión o enajenación de contenidos audiovisuales a prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas o a otros prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

e) Enajenación o cesión de derechos deportivos previamente adquiridos para su emisión por prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas o por prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

f) Ingresos por comisiones de intermediación en la venta de producción a otros prestadores de comunicaciones electrónicas o a otros prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

g) Ingresos financieros.

h) Los ingresos brutos derivados de la prestación de servicios digitales obtenidos por los sujetos obligados al pago de esta aportación que, a su vez, estén sujetos y gravados por el Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales previsto en la Ley 4/2020, de 15 de octubre, del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales.

i) Resultados atípicos o extraordinarios.

j) Enajenación del inmovilizado.

8. La aportación prevista en el apartado 1 se fija en el 1,5 por ciento de los ingresos brutos de explotación facturados en el año correspondiente para los

prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional, para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a petición y para los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma. Esta aportación no podrá superar el 20 por ciento del total de ingresos previstos para cada año en la Corporación RTVE.

9. La aportación prevista en el apartado 1 se fija en el 3 por ciento de los ingresos brutos de explotación facturados en el año correspondiente para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto. Esta aportación no podrá superar el 15 por ciento del total de ingresos previstos para año en la Corporación RTVE.

10. Cuando un mismo prestador del servicio de comunicación audiovisual ofrezca servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto, servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales de acceso condicional o servicios de comunicación audiovisual a petición se aplicará el 3 por ciento sobre la parte de los ingresos brutos procedentes de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto, y el 1,5 por ciento sobre los ingresos brutos procedentes de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales de acceso condicional o de los servicios de comunicación audiovisual a petición.

11. Podrá practicarse una deducción del 15 por ciento de los importes invertidos por el prestador obligado al pago de la aportación en coproducciones junto a la Corporación RTVE para la producción de contenidos audiovisuales.

12. La aportación prevista en el apartado 1 se devengará el 31 de diciembre de cada año o, en su caso, en la fecha en que el prestador del servicio de comunicación audiovisual perdiera la habilitación para actuar como tal.

13. Los obligados al pago de la aportación deberán efectuar la declaración y autoliquidar la aportación en la forma que se determine reglamentariamente.

14. La gestión, liquidación, inspección y recaudación de la Aportación, tanto en período voluntario como en período ejecutivo, corresponderá a la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

15. El centro directivo competente para la llevanza del Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, comunicará anualmente a la Agencia Estatal de Administración Tributaria el censo de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, televisivo lineal y televisivo a petición, ya sea en abierto o de pago y de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

16. El rendimiento de la aportación se destinará a la financiación de la Corporación RTVE, de conformidad con el procedimiento establecido reglamentariamente, con cumplimiento en cualquier caso de los límites previstos en los artículos 3.2 y 3.3.»

Seis. El artículo 7 queda redactado del siguiente modo:

«Artículo 7. *Ingresos derivados de la actividad.*

1. La Corporación de Radio y Televisión Española y sus sociedades prestadoras del servicio público podrán obtener ingresos sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad, ni se trate de ingresos derivados de la prestación del servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional, salvo por lo indicado en los apartados siguientes.

2. Se autoriza a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, a realizar las siguientes actividades:

a) Comunicaciones comerciales audiovisuales excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2.a), b), c), d), e), f), g) e i) de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

b) Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción.

c) Comunicaciones comerciales audiovisuales procedentes de la explotación del servicio de comunicación audiovisual en el ámbito internacional.

d) Explotación de los contenidos en el ámbito digital.

3. A los efectos de la presente ley, se entiende por actividades de publicidad y televenta las definidas en el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

4. No tendrán consideración de comunicación comercial audiovisual las actividades siguientes que, en caso de realizarse, no darán lugar a contraprestación económica:

a) Las actividades de publicidad y comunicación institucional, de conformidad con la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, y la legislación autonómica en la materia.

b) Las actividades derivadas de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

c) Las campañas divulgativas de carácter social o de contenidos solidarios en beneficio de entidades y organizaciones sin fines de lucro emitidas al amparo de la responsabilidad social corporativa de la Corporación RTVE.

d) Las campañas publicitarias de los patrocinadores del programa ADO y ADOP en beneficio exclusivo de la promoción y desarrollo del deporte olímpico y paralímpico español.»

Siete. La disposición adicional cuarta queda redactada del siguiente modo:

«La Agencia Estatal de Administración Tributaria analizará la proporcionalidad de la obligación de realizar aportaciones de los prestadores a los que se alude en los artículos 2.1.c) y 6.1. A los efectos de garantizar que se cause la menor distorsión posible a la competencia podrá acordarse, excepcionalmente y por un tiempo acotado, el aplazamiento o fraccionamiento de pago de la aportación anual teniendo en cuenta los niveles de ingresos de los distintos prestadores, así como su capacidad financiera. La Agencia Estatal de Administración Tributaria será la encargada de tramitar las solicitudes que, en su caso, puedan presentar los obligados al pago, en aquellos supuestos en los que su situación económico-financiera les impida, de forma transitoria, efectuar el mismo en los plazos establecidos, en los términos regulados en esta ley y en la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria, y en su normativa de desarrollo.»

Ocho. La disposición adicional sexta queda redactada del siguiente modo:

«Las compensaciones y aportaciones a que se refiere el artículo 2.1, letras a), b) y c), de la presente ley, se abonarán a la Corporación Radiotelevisión Española, de la siguiente forma:

a) Las compensaciones consignadas en la Ley de Presupuestos Generales del Estado, y el porcentaje sobre el rendimiento de la tasa sobre dominio público radioeléctrico a que se refieren las letras a) y b) del artículo 2.1, se abonarán a la Corporación RTVE por dozavas partes, dentro de los diez primeros días de cada mes.

b) Las aportaciones que deben realizar los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, de acuerdo con lo previsto en esta ley y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, se realizarán de la siguiente forma: En los meses de abril, julio y octubre, los obligados al pago de la aportación deberán efectuar un pago a cuenta de la aportación que se devengue el 31 de diciembre de cada año. El importe del pago a cuenta, para cada uno de los hitos indicados, se fija en el veinticinco por ciento del resultado de aplicar el porcentaje

establecido en el artículo 6 de la presente ley a los ingresos brutos de explotación facturados en el año anterior.

La gestión, liquidación, inspección y recaudación de la aportación tanto en período voluntario como en período ejecutivo corresponderá a la Agencia Estatal de Administración Tributaria. Reglamentariamente se regularán los aspectos de la gestión y de la liquidación de estas aportaciones, de los pagos a cuenta y de la forma de compensación en ejercicios posteriores del remanente que resulte en los casos en que la cuantía de los pagos a cuenta supere el importe de la aportación anual.»

Disposición final quinta. *Modificación de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.*

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, queda modificada como sigue:

Uno. El artículo 9 queda modificado del siguiente modo:

«Artículo 9. *Supervisión y control en materia de mercado de comunicación audiovisual.*

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual. En particular, ejercerá las siguientes funciones:

1. Elaborar y publicar un informe anual sobre la representación de las mujeres en los programas y contenidos audiovisuales, con especial atención a su representación en noticiarios y programas de contenido informativo de actualidad, en servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal, de acuerdo con lo previsto en el artículo 6.4 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

2. Elaborar y publicar un informe cada tres años sobre las medidas de alfabetización mediática adoptadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.5 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

3. Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas para garantizar la transparencia del régimen de propiedad de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma conforme a lo dispuesto en el capítulo IV del título II de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

4. Garantizar la libertad de recepción en territorio español de servicios audiovisuales cuyos titulares se encuentren establecidos en un Estado miembro de la Unión Europea, así como adoptar resoluciones para restringir la libertad de recepción en territorio español de un servicio de comunicación audiovisual televisivo procedente de otro Estado miembro de la Unión Europea o de un Estado parte del Convenio de Televisión Transfronteriza, de acuerdo con lo dispuesto en el capítulo V del título II de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

5. Adoptar las medidas de salvaguarda cuando el prestador de un servicio de comunicación audiovisual televisivo sujeto a la jurisdicción de otro Estado miembro de la Unión Europea dirija su servicio total o principalmente al territorio español y se hubiera establecido en ese Estado miembro para eludir las normas españolas más estrictas, de conformidad con lo previsto en el capítulo V del título II de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

6. Vigilar el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, así como la adecuación de los recursos públicos asignados para ello, de acuerdo con lo dispuesto en el título III de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

7. Supervisar y controlar el cumplimiento por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal de lo establecido en materia de

ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

8. Supervisar y controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito estatal y sonoro a petición, de acuerdo con lo previsto en el título IV de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

9. Supervisar y controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de acuerdo con lo previsto en el título V de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

10. Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

11. (Suprimido).

12. Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones y los límites impuestos para la contratación en exclusiva de contenidos audiovisuales, la emisión de contenidos incluidos en el catálogo de acontecimientos de interés general y la compraventa de los derechos exclusivos en las competiciones futbolísticas españolas regulares, en los términos previstos en el título VII de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

13. Elaborar y publicar una memoria anual de las actuaciones realizadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el ámbito audiovisual y un informe anual sectorial sobre el mercado audiovisual.

14. Supervisar la adecuación de los contenidos y comunicaciones comerciales audiovisuales con el ordenamiento vigente y con los códigos de autorregulación y corregulación, en los términos establecidos en el artículo 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

15. Promoción de la autorregulación y corregulación a nivel nacional, europeo e internacional, de acuerdo con lo establecido en los artículos 12, 14 y 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

16. Velar por el cumplimiento de los códigos de autorregulación y corregulación sobre contenidos audiovisuales verificando su conformidad con la normativa vigente, en los términos establecidos en los artículos 12, 14 y 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

17. Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto.»

Dos. Se modifica la letra e) del apartado 1 del artículo 12, con la siguiente redacción:

«Artículo 12. *Resolución de conflictos.*

e) En el mercado de comunicación audiovisual, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia resolverá los siguientes conflictos:

1.º Los conflictos que se susciten entre los agentes intervinientes en los mercados de comunicación audiovisual sobre materias en las que la Comisión tenga atribuida competencia.

2.º Los conflictos que se susciten en relación con el acceso a estadios y recintos deportivos por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual radiofónica a que se refiere el artículo 145 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.»

Disposición final sexta. *Títulos competenciales y carácter de legislación básica.*

Uno. Esta ley se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.27.ª de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia para dictar las normas básicas del régimen de radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas, salvo el capítulo 5 del título III, el título VIII y la disposición final cuarta que no tendrán carácter básico.

Dos. La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, objeto de modificación por la disposición final quinta, seguirá amparándose en los títulos competenciales expresados en la Ley citada.

Tres. El título V que se dicta al amparo del artículo 149.1.21.ª de la Constitución Española relativo a la competencia exclusiva del Estado en materia de telecomunicaciones.

Cuatro. La disposición final por la que se modifica la Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública se dicta al amparo del artículo 149.1.31.ª de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de estadística para fines estatales.

Disposición final séptima. *Habilitación para el desarrollo reglamentario.*

Uno. El Gobierno, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, dictará en el ámbito de sus competencias las disposiciones necesarias para la ejecución y desarrollo de lo establecido en la presente ley.

Dos. El Gobierno, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, dictará las disposiciones necesarias para actualizar los aspectos cuantitativos de las obligaciones de accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual previstas en el capítulo II del título VI.

Tres. El Gobierno, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, dictará las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de lo previsto en el artículo 94. En particular, se concretarán los requisitos de ingresos y audiencia significativos establecidos en las letras a) y c) del apartado 2 del artículo 94, para ser considerado usuario de especial relevancia.

Disposición final octava. *Incorporación de derecho de la Unión Europea.*

Mediante esta ley se incorpora a derecho español la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual). Asimismo, mediante esta ley se incorpora a derecho español completamente la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

Disposición final novena. *Entrada en vigor.*

Esta ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

El artículo 39 entrará en vigor con la aprobación del reglamento que se dicte para establecer la organización y funcionamiento del Registro estatal.

Los artículos 88 a 91 del título V entrarán en vigor transcurrido un plazo de tres meses desde la entrada en vigor de esta ley.

El artículo 94 entrará en vigor con la aprobación del reglamento que concrete los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia.

El capítulo II del título VI entrará en vigor transcurrido un año desde la entrada en vigor de la presente ley.

La sección 2.ª del capítulo III del título VI entrará en vigor transcurrido un año desde la entrada en vigor de la presente ley.

La sección 3.ª del capítulo III del título VI entrará en vigor en el ejercicio 2023, tomando como base los ingresos devengados en el ejercicio 2022.

El artículo 140 entrará en vigor transcurrido un año desde la entrada en vigor de la presente ley.

La disposición final cuarta entrará en vigor en el ejercicio 2023.

§ 35

Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se regula el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas

Ministerio de la Presidencia
«BOE» núm. 267, de 7 de noviembre de 2015
Última modificación: 6 de abril de 2019
Referencia: BOE-A-2015-12053

La promoción de la diversidad cultural y lingüística es un objetivo prioritario de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Efectivamente, de acuerdo con su exposición de motivos, dicha ley busca garantizar «los derechos de los ciudadanos a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo cultural y lingüístico –que implica la protección de las obras audiovisuales europeas y españolas en sus distintas lenguas– (…)». En particular, el artículo 5, dedicado al derecho a la diversidad cultural y lingüística, establece las líneas generales del sistema mediante el cual se articula la protección de una programación que refleje la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía.

El principal objeto de este real decreto es desarrollar lo previsto en el citado artículo 5 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo. El apartado tercero de dicho precepto establece la obligación de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de contribuir anualmente a financiar anticipadamente la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el cinco por ciento de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación, correspondientes a los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Por su parte, el párrafo undécimo del artículo 5.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, dispone que «reglamentariamente se establecerán el procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los operadores». Mediante el presente real decreto se da cumplimiento a ese mandato. Todo ello sin perjuicio de las correspondientes normas de desarrollo que, en su caso, aprueben las comunidades autónomas, a las que, de acuerdo con lo previsto en el citado párrafo undécimo del repetido artículo 5.3, les corresponde el control y seguimiento de las obligaciones previstas en ese precepto con respecto a las emisiones de cobertura limitada al ámbito autonómico.

Además de cumplir el mandato de desarrollo citado, este real decreto tiene el objetivo declarado de contribuir a definir con claridad y determinación el sistema de contribución anual a la financiación de la producción europea. Así, por un lado, se busca proporcionar seguridad jurídica al cumplimiento de la obligación, de forma que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual obligados por la norma puedan ordenar sus actuaciones de acuerdo con unas previsiones ciertas, fiables y sostenibles. Por otro lado, la norma que se aprueba arbitra mecanismos de flexibilidad en el cumplimiento de la obligación

de financiación para que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual puedan desarrollar su actividad y explotar todo el potencial de la misma de la mejor forma posible.

En último término, se aprovecha para establecer que, de acuerdo con la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, todo el procedimiento de verificación del cumplimiento de la obligación se llevará a cabo por medios electrónicos.

Una vez expuesto el objetivo y la finalidad de este real decreto, a continuación es preciso dar cuenta de los antecedentes normativos, tanto legales (de ámbito comunitario y nacional) como reglamentarios, de las obligaciones previstas en el artículo 5.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

El origen del sistema de protección de la producción audiovisual se remonta a la Directiva 89/552/CEE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, denominada coloquialmente «Directiva de Televisión sin Fronteras». Esta primera norma estableció las bases de la incipiente política audiovisual comunitaria. En lo que se refiere a la promoción de obras europeas, la Directiva de Televisión sin Fronteras ya preveía, por un lado, que los Estados miembros velarían para que los organismos de radiodifusión televisiva reservaran a obras europeas una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión y, por otro lado, que igualmente velarían por que los organismos de radiodifusión televisiva reservaran, como mínimo, el diez por ciento de su tiempo de emisión o, alternativamente, el diez por ciento de su presupuesto de programación a obras europeas de productores independientes de los organismos de radiodifusión televisiva.

Dicha Directiva fue modificada parcialmente en 1997 y, más recientemente, en 2007 por la Directiva 2007/65/CE, del Parlamento y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, que es la norma que la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo, transpone, si bien los preceptos relativos a la promoción de la producción audiovisual europea han quedado prácticamente inalterados. Dicha Directiva abunda en el contenido cultural de los medios audiovisuales y da cuenta de las resoluciones del Parlamento Europeo de 1 de diciembre de 2005 y 4 de abril de 2006, relativas a la Ronda de Doha y la Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio, en las que la institución europea exige que los servicios públicos básicos, entre los que se encuentran los servicios audiovisuales, sean excluidos de la liberalización. En el mismo sentido, la citada Directiva se ampara en la Convención de la UNESCO sobre Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, que fue ratificada por España y entró en vigor el 18 de marzo de 2007.

En el ámbito nacional, la Directiva de Televisión sin Fronteras fue objeto de trasposición mediante la aprobación de la Ley 25/1994, de 12 de julio. Esta norma estableció por primera vez en nuestro ordenamiento jurídico la reserva de un cincuenta por ciento del tiempo de emisión anual de las entidades que presten el servicio público de televisión a la difusión de obras europeas, reservándose a su vez la mitad de este tiempo a la emisión de obras europeas en expresión originaria española y, reservando, en última instancia, un diez por ciento del tiempo de emisión a obras europeas de productores independientes. Dicha ley fue posteriormente modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, que, sin modificar el régimen de cuotas de emisión, dio un nuevo impulso a la promoción de la industria audiovisual española y europea estableciendo la obligación de que determinados operadores de televisión destinaran un cinco por ciento de sus ingresos a la financiación de largometrajes cinematográficos europeos y películas para televisión de igual procedencia. Posteriormente, esta previsión fue objeto de una nueva redacción mediante la aprobación de la Ley 15/2001, de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual.

Así pues, en este contexto legislativo, el Real Decreto 1652/2004, de 9 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula la inversión obligatoria para la financiación anticipada de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión, europeos y españoles, al que este real decreto sustituye, precisó los detalles que debían regir el cumplimiento de la obligación de inversión prevista en la legislación española y amparada por la normativa comunitaria.

Finalmente, la ya citada Ley 7/2010, de 31 de marzo, procedió a trasponer la Directiva 2007/65/CE, del Parlamento y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007 y ha venido regular

de manera más extensa en su artículo 5 el derecho a la diversidad cultural y lingüística y, en particular, la obligación de contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea.

Debe tenerse en cuenta que, en paralelo a la aprobación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, en el ámbito europeo se aprobó la Directiva 2010/13/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, norma que actualmente está en vigor y que se limitó a refundir la anterior normativa sin introducir cambios significativos.

Por otro lado, cabe citar también, por su directa incidencia en la materia, la vigente Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, que supone una novedad fundamental en la medida en que integra la cinematografía en el audiovisual estableciendo medidas que se dirigen al sector como un todo. Así, este marco normativo parte del carácter estratégico del sector audiovisual y se basa en cuatro principios fundamentales: a) la definición y apoyo a los sectores independientes de la cinematografía española, tanto en el ámbito de la producción como de la distribución y la exhibición; b) la creación de mecanismos que eviten los desequilibrios existentes en el mercado audiovisual; c) la adaptación a las nuevas tecnologías y formatos; y, d) el respaldo a la creación y a los autores. Este marco normativo ha sido a su vez objeto de desarrollo reglamentario. Así, tanto el Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, como la Orden CUL/2834/2009, de 19 de octubre, que dicta normas de aplicación de las citadas normas, en las materias de reconocimiento del coste de una película e inversión del productor, entre otros aspectos, han sido tenidos en cuenta a la hora de elaborar el presente real decreto.

Otra norma con directa incidencia sobre la materia y que es preciso considerar es la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. En virtud de lo previsto en la misma, las competencias para controlar el cumplimiento de la obligación de financiar anticipadamente la producción europea recaen en dicho organismo público. Así pues, las funciones que, de acuerdo con el hasta ahora vigente Real Decreto 1652/2004, de 9 de julio, había venido desempeñando la Comisión Interministerial de Seguimiento, serán desempeñadas por el Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, sobre la base de las propuestas que eleve la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual, de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

En cuanto a su estructura, este real decreto consta de 25 artículos, estructurados en cinco capítulos, y una parte final compuesta por cuatro disposiciones adicionales, una disposición transitoria, una disposición derogatoria única y cuatro disposiciones finales, así como dos anexos.

Por lo que se refiere al contenido, el capítulo I establece el objeto del real decreto, las películas cinematográficas y obras audiovisuales que pueden ser objeto de financiación, y el ámbito subjetivo, entre otros aspectos preliminares.

El capítulo II desarrolla el ámbito objetivo de la obligación y, a su vez, se articulan las diferentes formas de cumplir con dicha obligación. Resulta novedoso, por el esfuerzo de clarificación que ha supuesto, la relación de obras cuya financiación computa a efectos de la obligación, así como la delimitación precisa del ámbito subjetivo y objetivo de aplicación de la norma.

El capítulo III regula lo relativo a los ingresos y los gastos a tener en cuenta a efectos del cumplimiento de la obligación y los plazos en los que la financiación ha de realizarse. Así, se enuncian los ingresos computables que serán en todo caso los derivados de la comercialización publicitaria, los de las cuotas de abono, los obtenidos por la explotación directa del contenido por parte del prestador y los obtenidos de la comercialización de canales, entre otros. Los gastos computables también se recogen con carácter exhaustivo, permitiéndose que se contabilicen tanto los gastos en la producción propia, encargos de producción y coproducciones, como las aportaciones a las Agrupaciones de Interés Económico con finalidad de producción audiovisual, y los importes de la adquisición de los derechos de explotación.

El capítulo IV regula el procedimiento de verificación del cumplimiento de la obligación de financiación anticipada, así como las formas de acreditación de ingresos y gastos. Se incluyen previsiones de modulación del carácter anual de la obligación, de manera que, en determinadas circunstancias, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual obligados puedan acogerse a mecanismos de flexibilidad. Por otro lado, en este capítulo destaca la previsión de que el procedimiento se realice íntegramente por medios electrónicos. Dicha previsión responde al alto grado de implantación del uso de estas tecnologías entre los prestadores de servicios comunicación audiovisual obligados a contribuir anualmente a la financiación de producción europea y es plenamente acorde a la ya citada Ley 11/2007, de 22 de junio, y al Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007 de 22 de junio, por lo que se establece la obligación de que todas las comunicaciones se hagan por vía electrónica. Por otro lado, también son novedosas las previsiones que dotan a este régimen jurídico de mayor transparencia.

Finalmente, en el capítulo V se establecen las principales actuaciones de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en relación con la obligación de financiación. La Comisión será el organismo encargado de verificar el cumplimiento de la obligación por parte de cada uno de los prestadores obligados. Asimismo, elaborará un informe anual sobre el impacto de la obligación en el sector audiovisual. Por último, con carácter anual la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia publicará la lista de las películas que se han beneficiado de la financiación anticipada.

En cuanto al contenido de la parte final, cabe destacar la disposición adicional segunda en la que se contemplan formas de colaboración con el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales. Asimismo, se incluyen dos anexos con modelos de formularios electrónicos y con el informe de procedimientos acordados que presentarán los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas obligados, respectivamente.

En cuanto a la tramitación, este real decreto ha sido sometido al trámite de información pública de conformidad con lo previsto en el artículo 24.1.c) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, y ha sido informado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en virtud de lo establecido en el artículo 5.2 la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

El presente real decreto se dicta al amparo de la competencia del Estado para establecer la normativa básica sobre régimen jurídico de radio y televisión de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 149.1.27.ª de la Constitución, que atribuye al Estado la competencia en materia de normativa básica sobre medios de comunicación, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las comunidades autónomas.

En su virtud, a propuesta de los Ministros de Industria, Energía y Turismo y de Educación, Cultura y Deporte, con la aprobación previa del Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 30 de octubre de 2015.

DISPONGO:

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto desarrollar la obligación de contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción de obras audiovisuales europeas prevista en el artículo 5.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que se relacionan en el artículo siguiente.

Artículo 2. *Películas cinematográficas y obras audiovisuales para televisión objeto de la financiación.*

1. Las obras sujetas a la financiación anticipada regulada en este real decreto serán las europeas según la definición establecida en el artículo 2.12 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo. Estas obras serán las siguientes:

a) Películas cinematográficas, tanto largometrajes como cortometrajes, según las definiciones establecidas en las letras a), c) y d) del artículo 4 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

b) Películas para televisión, según la definición que establece el artículo 2.19 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

c) Miniseries de televisión, según la definición que establece el artículo 2.20 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

d) Series de televisión, según la definición que establece el artículo 2.21 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

e) Documentales para televisión, entendiendo por tales las obras audiovisuales de carácter eminentemente narrativo, que no sean de ficción y que por su enfoque, estructura narrativa, composición, estética, diseño o estilo, plasmado preferiblemente en la forma de guion, intentan expresar la realidad con un particular sello de originalidad y perspectiva personal, mediante la creación o filmación de escenas o situaciones de la vida cotidiana o de la historia sacadas del contexto real para presentarlas como documento, con un cierto carácter atemporal que le desvincula del evento coyuntural al que puede estar ligado originariamente y que, además, implica la realización de actos de producción que demuestran que se ha dedicado un tiempo sustantivo a la preparación y posproducción del producto asimilables a otro tipo de producciones computables. En todo caso, no tendrán consideración de documentales los reportajes audiovisuales de carácter periodístico o informativo, ni la mera reproducción audiovisual de hechos noticiables.

2. A efectos del cómputo, se entiende por obra de animación aquélla con desarrollo argumental en la que se da movimiento al estatismo de una imagen fija e individual, elaborada mediante dibujos, materiales diversos, objetos u otros elementos que, al proyectarse fotograma a fotograma consecutivamente y a gran velocidad, construyen el movimiento que es inexistente en la realidad.

Dentro del concepto de producciones de animación se incluyen las producciones de animación por ordenador.

Cuando una producción contenga imagen real mezclada con imágenes de animación, se considerará de animación cuando un número significativo de personajes principales de la misma sean animados y siempre que el tiempo en el que se utiliza este sistema sea mayoritario en la duración total de la obra.

Artículo 3. *Ámbito subjetivo.*

1. Están sujetos a lo dispuesto en este real decreto y, por tanto, son prestadores obligados los que a continuación se relacionan siempre que cumplan los requisitos establecidos en el apartado segundo:

a) Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva, de acuerdo a la definición del artículo 2.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

b) Los prestadores de servicios de catálogo de programas, sea cual sea la forma de difusión, de acuerdo con la definición del artículo 2.16 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

c) Los prestadores del servicio de comunicación electrónica que difundan canales de televisión, de acuerdo con la definición del artículo 2.15 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

2. Los requisitos para resultar prestadores obligados son:

a) Estar establecidos en España de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

b) Ofrecer un servicio de cobertura estatal, según lo dispuesto en el artículo 2.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, o un servicio de cobertura autonómica.

c) Tener la responsabilidad editorial sobre los canales de televisión o catálogos de programas, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 2.2 y 2.13 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de un servicio de catálogo de programas; así como tener la responsabilidad sobre la selección de los canales de televisión que ofertan, para los prestadores de un servicio de comunicación electrónica que difunde canales de televisión, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2.15 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

d) Emitir en dichos canales o catálogos los siguientes productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción: películas cinematográficas (largometrajes y cortometrajes), películas de televisión, miniseries series de televisión, documentales y producciones de animación.

3. Los prestadores obligados que dediquen un porcentaje superior al setenta por ciento del tiempo total de emisión anual en alguno de sus canales, excluyendo el tiempo dedicado a comunicaciones comerciales audiovisuales y autopromoción, a un único tipo de contenidos, siendo éstos películas, series y miniseries de televisión (incluidas las producciones de animación), así como documentales, podrán cumplir la obligación generada por ese canal financiando únicamente el contenido específico emitido a través de ese canal, siempre que se materialicen en soporte fotoquímico o en soporte digital de alta definición.

En los supuestos de emisión temática de producciones de animación o de documentales la obligación de financiación vendrá referida a este tipo de producciones, con independencia de que los contenidos emitidos sean en formato de películas cinematográficas o de televisión, o en formato de series.

En el caso de que los prestadores obligados que no se acojan a la opción prevista en este apartado 3, deberán cumplir todos los requisitos de la obligación de financiación previstos en las letras a), b) y c) del artículo 4.1.

4. La obligación de contribuir anualmente a la financiación anticipada de obra europea es independiente del porcentaje de tiempo que el canal dedique a la emisión de los previstos en la letra d) del apartado segundo, así como de la audiencia del canal.

5. Quedan excluidos del cumplimiento de esta obligación los prestadores de servicios de catálogos de programas que emitan exclusivamente películas calificadas X de conformidad con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre.

CAPÍTULO II

De la obligación de financiación

Artículo 4. *Ámbito objetivo.*

1. La obligación de contribuir a la financiación anticipada de obra europea consiste, para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad privada, en destinar a tal fin el cinco por ciento de los ingresos precisados en el artículo 6, cumpliendo los siguientes requisitos:

a) Deben destinar, como mínimo, el sesenta por ciento de la obligación de financiación a películas cinematográficas de cualquier género.

b) Del importe previsto en la letra a) debe destinarse a películas cinematográficas en alguna de las lenguas oficiales en España como mínimo el sesenta por ciento.

c) Del importe previsto en la letra b) debe destinarse a películas cinematográficas de productores independientes como mínimo el cincuenta por ciento.

d) En cualquier caso, pueden destinar, como máximo, el cuarenta por ciento del total de la obligación a financiar películas, series, miniseries, documentales y producciones de animación para televisión.

2. La obligación de contribuir a la financiación anticipada de obra europea consiste, para los prestadores de servicios de titularidad pública, en destinar a tal fin el seis por ciento de los ingresos precisados en el artículo 6.2, cumpliendo los siguientes requisitos:

a) Deben destinar, como mínimo, el setenta y cinco por ciento de la obligación de financiación a películas cinematográficas.

b) Del importe previsto en la letra a) debe destinarse a películas cinematográficas en alguna de las lenguas oficiales de España como mínimo el sesenta por ciento.

c) Del importe previsto en la letra b) debe destinarse a películas cinematográficas de productores independientes como mínimo el cincuenta por ciento.

d) En cualquier caso, pueden destinar, como máximo, el veinticinco por ciento del total de la obligación a financiar películas, miniseries, series, documentales y producciones de animación para televisión.

e) Cuando se haya hecho uso de lo dispuesto en la letra d), deberán destinar un mínimo del cincuenta por ciento de dicho importe a películas o miniseries para televisión, ya sean de ficción o animación.

Artículo 5. *Formas de cumplir la obligación de financiación.*

1. La obligación de financiación se cumplirá mediante la participación directa en la producción de las obras previstas en el artículo 2 o mediante la adquisición de derechos de explotación de las mismas.

2. Se entiende por participación directa en la producción:

a) La producción propia.

b) Los encargos de producción.

c) Las coproducciones.

d) Las aportaciones meramente financieras.

e) Las aportaciones realizadas a través de Agrupaciones de Interés Económico cuya finalidad sea la producción de obras audiovisuales.

3. Se entiende por adquisición de derechos de explotación todo contrato en virtud del cual se adquieran los derechos de explotación de la obra audiovisual para cualquiera de sus modalidades.

CAPÍTULO III

Ingresos y gastos computables y plazo de cumplimiento de la obligación

Artículo 6. *Ingresos computables.*

1. Los ingresos computables para determinar la cuantía de la obligación de financiación, en el caso de los prestadores obligados de servicios de titularidad privada, son los siguientes:

a) Ingresos derivados de la comercialización publicitaria.

b) Ingresos obtenidos por la venta a terceros de los contenidos producidos o coproducidos por el prestador de servicios que generan la obligación.

c) Ingresos de las cuotas de abono.

d) Ingresos obtenidos por la explotación directa del contenido por parte del prestador independientemente de la modalidad utilizada.

e) Ingresos obtenidos de la comercialización de canales que den lugar a la obligación de financiación, cuya responsabilidad editorial corresponda a un tercero, de los cuales se deducirán los pagos que se realicen al editor de canales.

f) Ingresos derivados del arrendamiento de licencias.

g) Ingresos procedentes de las ayudas y aportaciones públicas, cualquiera que sea su denominación, que tengan la naturaleza jurídica de subvenciones.

2. Los ingresos computables del prestador de servicio de comunicación audiovisual de titularidad pública estatal, la Corporación Radio Televisión Española, serán los fijados en los apartados a), b) c), d) y e) del artículo 2.1 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación RTVE.

Artículo 7. *Ingresos excluidos del cómputo.*

No se computarán los siguientes ingresos:

a) Los obtenidos de la explotación de canales o catálogo de programas que no den lugar a la obligación de financiación.

b) Los generados por el arrendamiento o venta de equipos de recepción o instalación de antenas, así como por la contratación y mantenimiento del equipo técnico utilizado para la recepción del servicio, ni los ingresos de conexión técnica o servicios relativos a infraestructuras de difusión.

c) Los provenientes de actividades no relacionadas con la actividad audiovisual del prestador.

Artículo 8. *Gastos computables en el cumplimiento de la obligación.*

1. En el cumplimiento de la obligación de financiación se computarán los siguientes gastos:

a) Todos los gastos en producción propia y encargos de producción y coproducciones en los términos previstos en el artículo 9, así como aportaciones financieras a la producción y aportaciones realizadas a través de Agrupaciones de Interés Económico.

b) El importe de la adquisición de derechos de explotación de las obras audiovisuales, en los términos previstos en el artículo 10.

2. De acuerdo con el artículo 5.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, no podrán computarse a los efectos de este artículo la financiación anticipada o la compra de derechos de películas que sean susceptibles de recibir la calificación X de conformidad con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre.

Artículo 9. *Gastos en producción propia, encargos de producción y coproducciones.*

1. Se computará tanto la financiación directa de los prestadores obligados como la indirecta aportada a través de sus sociedades productoras filiales.

2. Cuando el prestador obligado pertenezca a un grupo de sociedades y presente cuentas consolidadas con la sociedad dominante, se computará también la financiación efectuada por cualquier empresa productora del grupo de sociedades al que pertenezca el prestador obligado, siempre que esa empresa formule cuentas consolidadas a su vez con la sociedad dominante.

3. En todos los casos, se descontará de la financiación aportada a cada obra el importe de las ayudas públicas obtenidas por el prestador obligado, la sociedad productora filial o matriz del prestador, o cualquier empresa del grupo en los términos del apartado segundo en la cuantía que les corresponda en función de su porcentaje de participación en la financiación anticipada o producción de la obra.

Las producciones europeas no españolas deberán presentar una declaración responsable donde manifiesten que no han percibido dichas ayudas o indiquen las percibidas, para ser deducidas del cómputo.

4. En el caso de las aportaciones financieras a través de una Agrupación de Interés Económico, dicha Agrupación deberá certificar la permanencia de la inversión de capital durante toda la producción de la obra audiovisual.

5. En ningún caso se admitirá el doble cómputo de una misma financiación.

Artículo 10. *Gastos de la adquisición de derechos de explotación.*

1. Se computarán los importes de la adquisición de derechos de explotación de las obras audiovisuales a empresas productoras realizados antes de que esté terminada la obra.

2. Los gastos derivados de las cláusulas de escalado previstas en el contrato a favor de la productora, conforme a las cuales el precio de los derechos de explotación de la obra pueden incrementarse en función de la audiencia obtenida o los resultados de la exhibición comercial de ésta, serán computables a efectos del cumplimiento de la obligación de financiación.

3. Como excepción a la regla prevista en el apartado primero, en relación con la adquisición de derechos directamente de la empresa productora y siempre que se trate de obras no terminadas, se computarán los importes de la adquisición de derechos de explotación, efectuadas a terceros en los siguientes casos y con las siguientes condiciones:

a) Cuando los derechos correspondan a una producción realizada exclusivamente por uno o varios productores comunitarios, ninguno de los cuales tenga establecimiento permanente en España, podrá computarse como financiación la totalidad del pago efectuado al tercero.

b) Cuando los derechos globales hubieran sido adquiridos por un prestador obligado, y efectúe a su vez reventas a otros prestadores de los derechos de emisión para cada una de las diferentes modalidades de explotación, las reventas podrán computarse por el importe efectivamente abonado en términos netos por cada prestador por la adquisición de los mencionados derechos, siempre que se minore por el mismo importe la aportación computada al primer prestador.

En el supuesto de que el contrato de derechos de emisión de una obra sea suscrito por una productora filial o matriz del prestador obligado o por cualquier empresa del grupo al que pertenece el prestador obligado, que hubiera declarado la financiación de la misma, se le minorará dicha financiación por el importe de los contratos de derechos de explotación, con el fin de evitar el doble cómputo.

En ningún caso se admitirá el doble cómputo del importe abonado sucesivamente por un mismo derecho por varios prestadores obligados a la financiación.

c) Cuando los titulares de los derechos de explotación sean empresas distribuidoras, podrá computarse la cantidad abonada por el prestador obligado a esas empresas, siempre que tengan carácter independiente de acuerdo con lo previsto en el artículo 4 letra ñ) de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre.

4. Como excepción a la regla prevista en el apartado primero, en relación con la adquisición de derechos de explotación de obras no terminadas, se permite la adquisición de los derechos de explotación de obras ya terminadas que no se hayan beneficiado de la financiación en su fase de producción, siempre que:

a) No se supere el 0,3% del total de la obligación de financiación de obra europea del prestador, salvo en el caso de los prestadores cuya cifra de ingresos computables sea inferior a ocho millones de euros, que podrán cumplir el total de su obligación solo con la compra de derechos de explotación de obra ya terminada.

b) La compra se produzca como máximo seis meses después de la expedición del certificado de calificación en el supuesto de películas cinematográficas o, en el caso de obras para la televisión, seis meses después de la finalización de la producción debidamente acreditada o, en su caso, desde la primera emisión televisiva. La compra de los derechos de explotación deberá realizarse directamente al productor, a un tercero que actúe en calidad de mero agente del productor, o al distribuidor. En este último caso, la empresa distribuidora ha de tener carácter independiente, de acuerdo con lo previsto en el artículo 4 letra ñ) de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre.

Artículo 11. *Gastos computables de películas cinematográficas.*

1. En los supuestos de financiación de películas cinematográficas sólo serán computables como costes o gastos de producción aquellos que determine la normativa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte sobre reconocimiento de costes de las obras cinematográficas a efectos de la concesión de ayudas, siendo de aplicación los límites previstos en ésta, reconociéndose al prestador obligado el importe equivalente a su porcentaje de participación, de acuerdo con los datos obrantes en dicho Ministerio.

2. El reconocimiento de costes de una película cinematográfica será aplicable a partir de la fecha en que se haya recibido su notificación.

Artículo 12. *Gastos computables de otros productos audiovisuales.*

En los supuestos de financiación de obras audiovisuales no cinematográficas sólo serán computables como costes o gastos de producción los relacionados directamente con la producción o con la adquisición de derechos de explotación.

CAPÍTULO IV

Procedimiento de verificación

Artículo 13. *Forma de comunicación.*

1. La documentación exigible para verificar el cumplimiento de la obligación será presentada en el registro electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

2. Los interesados podrán acceder, con el mismo certificado con el que presentaron la declaración, al registro electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, donde se podrán consultar los documentos presentados y el estado de tramitación del expediente.

3. La presentación del informe de declaración con firma electrónica conllevará la conformidad del interesado para recibir todas las comunicaciones y notificaciones que se realicen a lo largo de la tramitación del expediente electrónico a través de dicho registro electrónico.

4. La publicación en la sede electrónica de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de las resoluciones provisionales y definitivas, así como de los demás actos del procedimiento, surtirá todos los efectos de la notificación practicada según lo dispuesto en el artículo 40 del Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, y en el artículo 59.6.b) de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en relación con dicho procedimiento.

Artículo 14. *Informe de declaración.*

1. Los prestadores obligados deberán cumplimentar por vía electrónica, antes del día 1 de abril de cada año natural, un informe de declaración en el que se indique la forma en que han dado cumplimiento a la obligación de financiación, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado siguiente.

2. Los prestadores cuyo ejercicio social no coincida con el año natural podrán presentar su declaración tres meses después del cierre de su ejercicio y, en todo caso, antes del 31 de julio.

3. Para realizar el informe de declaración, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual utilizarán el formulario que se adjunta como anexo I de este real decreto y que se encuentra en la página web de la sede electrónica de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

4. Tanto el informe de declaración como las informaciones adicionales requeridas tendrán carácter confidencial, sin que puedan ser utilizados para fines distintos de aquellos para los que se ha suministrado.

Artículo 15. *Acreditación de la financiación efectuada.*

1. Para la acreditación ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de la financiación efectuada, los prestadores obligados deberán presentar una relación de las obras que han sido objeto de financiación.

2. Se indicarán para cada obra los siguientes datos:

a) El tipo de obra audiovisual.

b) Si se trata de producción independiente.

c) El título.

d) El titular de los derechos o la empresa productora o, en su caso, el titular de los derechos de explotación.

e) Las fechas del contrato, salvo que se trate de producción propia, y de finalización de la producción; en el supuesto de que la producción no se hubiese concluido, se indicará esta circunstancia mediante la expresión «sin finalizar».

f) Los importes correspondientes a la participación directa en la producción, en el caso de producción propia, encargo de producción, coproducción o mera aportación financiera, así como las relativas a la adquisición de derechos de explotación.

3. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá requerir del prestador obligado la acreditación de los datos a que se refiere el apartado anterior, mediante la presentación de los contratos suscritos al efecto o mediante la presentación de certificados emitidos por el productor, sin que se admita la presentación de facturas como documentación acreditativa de la financiación.

Artículo 16. *Acreditación de los ingresos.*

1. En el informe de declaración previsto en el artículo 14, los prestadores obligados de servicios de titularidad privada acreditarán sus ingresos ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia mediante la presentación de la siguiente documentación:

a) La presentación de las cuentas anuales debidamente auditadas, en aquellos casos en que sea necesario conforme a la normativa mercantil aplicable, y depositadas en el Registro Mercantil.

b) La presentación de las cuentas anuales acompañadas de la acreditación fehaciente de su depósito en el correspondiente registro, de ser preceptivo dicho depósito o, en caso contrario, de la certificación del representante del operador correspondiente de haber aprobado las cuentas anuales conforme a la normativa aplicable en el país en cuestión, en caso de sociedades constituidas con arreglo a la ley distinta de la española.

c) La presentación del desglose de los conceptos necesarios para determinar los ingresos computables.

2. El desglose de los conceptos necesarios para determinar los ingresos computables deberá cumplir alguna de las siguientes condiciones alternativamente:

a) Ser conformado por una auditoría externa.

b) Ser conformado por un experto independiente acreditado en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas.

c) Ser conformado mediante un Informe de Procedimientos Acordados en el caso de los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas, que se realizará de acuerdo con el modelo del anexo II.

3. La Corporación Pública de Radio y Televisión Española acreditará sus ingresos mediante certificación del Consejo de Administración de la propia Corporación Radio Televisión Española, con igual nivel de desglose de ingresos que el requerido a los prestadores obligados de servicios de titularidad privada.

Artículo 17. *Acreditación de la financiación realizada por parte de los prestadores obligados de servicios de titularidad privada cuyo ejercicio social no coincida con el año natural.*

Los prestadores obligados de servicios de titularidad privada cuyo ejercicio social no coincida con el año natural, según lo dispuesto en sus estatutos sociales, efectuarán el cómputo de la financiación realizada tomando como referencia el periodo comprendido entre el primero y el último día de su correspondiente ejercicio social.

Artículo 18. *Requisitos adicionales de acreditación de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que dediquen el setenta por ciento del tiempo total de emisión anual a un único tipo de contenidos.*

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual previstos en el artículo 3.3 deberán acreditar, adicionalmente, en el informe de declaración y mediante la certificación de una empresa de audiometría, el cumplimiento del requisito previsto en dicho artículo respecto al carácter temático para en cada uno de sus canales.

Artículo 19. *Acreditación de los gastos computables.*

1. La acreditación de los gastos previstos en el artículo 8 se calculará de acuerdo con lo que disponen los artículos 42 y siguientes del Código de Comercio para las cuentas consolidadas.

2. En el caso de que la financiación anticipada en una obra concreta se realice a través de la filial del prestador o de cualquier empresa del grupo en los términos indicados en el artículo 9 y esta obligación de financiación anticipada exista en el país de origen de la matriz, se deberá presentar una declaración responsable donde se manifieste que la obra presentada no ha sido, a su vez, presentada en el mencionado país como financiación anticipada para cumplir con una obligación semejante.

Artículo 20. *Ejercicio en el que se computa la financiación.*

1. La financiación efectuada se aplicará al ejercicio en el que nazca la obligación contractual de los prestadores obligados con los terceros, independientemente de su fecha de pago.

2. En el caso de producción propia, la financiación se aplicará al ejercicio en que comenzó la producción. Alternativamente, si la producción se distribuyera en varios ejercicios, se aplicarán como financiación a cada uno de ellos los gastos efectivamente contabilizados en cada ejercicio, sin que pueda contabilizarse dos veces el mismo gasto.

3. El importe de los escalados de los contratos, en los términos previstos en el artículo 10.2, se computará en el año en que se produzca efectivamente su devengo y por el valor real correspondiente.

Artículo 21. *Aplicación de la financiación efectuada en el ejercicio siguiente o en el inmediatamente anterior.*

1. Una parte de la financiación realizada durante un ejercicio podrá aplicarse al cumplimiento de la obligación en el ejercicio siguiente o en el inmediatamente anterior, siempre y cuando en dichos ejercicios hubiera déficit y la financiación realizada a considerar en el ejercicio distinto del de aplicación no supere el cuarenta por ciento de la obligación de financiación que corresponda al ejercicio en que se aplique.

2. El prestador obligado señalará expresamente en su informe de declaración previsto en el artículo 14 su intención de acogerse a lo dispuesto en el apartado anterior.

3. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, a la vista de la financiación efectivamente reconocida en cada ejercicio, notificará al prestador obligado el importe de la financiación que deberá ser generada adicionalmente en el ejercicio siguiente para ser aplicada al ejercicio cerrado, o, por el contrario, el importe total de la financiación generada en el ejercicio cerrado que podrá ser objeto de aplicación al ejercicio siguiente o al inmediatamente anterior.

4. Excepcionalmente, en aquellos casos en que el prestador obligado hubiera tenido en un ejercicio concreto pérdidas contablemente auditadas y únicamente existiera déficit de cumplimiento, deberá cumplir con la obligación de financiación en el ejercicio siguiente al menos en un cincuenta por ciento del cómputo global pudiendo compensar el resto durante los dos ejercicios siguientes.

5. El prestador obligado no podrá volver a hacer uso de la posibilidad prevista en el apartado anterior aunque en los ejercicios siguientes también sufriera pérdidas en tanto no haya sido totalmente recuperada la financiación del primer ejercicio.

Artículo 22. *Acumulación de la obligación de financiación.*

1. Los prestadores obligados cuya aplicación del porcentaje fijado a los ingresos computables dé lugar a una obligación de financiación de importe igual o inferior a doscientos mil euros, podrán optar por realizar la financiación en ese ejercicio, o bien acumular dicha cantidad al ejercicio siguiente.

2. El prestador obligado señalará expresamente en el informe de declaración previsto en el artículo 14 su intención de acogerse a lo dispuesto en el apartado anterior.

CAPÍTULO V

Actuación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Artículo 23. *Actuación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.*

1. En el plazo de seis meses desde la presentación por los prestadores obligados del informe de declaración a que se refiere el artículo 14, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificará por escrito y de forma motivada a cada prestador obligado si ha dado cumplimiento a su obligación de financiación, previo informe preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. En dicha notificación se indicará los términos en los que el prestador obligado puede acogerse a lo previsto en el artículo 21 o, en su caso, a lo previsto en el artículo 22.

2. Transcurrido el plazo de seis meses desde la presentación del informe de declaración sin haber recibido notificación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en relación con el cumplimiento de la obligación, el prestador obligado podrá considerar cumplida la obligación de financiación en los términos presentados en su informe de declaración.

Artículo 24. *Informe anual de análisis de impacto de la obligación de financiación.*

1. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia elaborará, previo informe preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, un informe anual sobre el cumplimiento de la citada obligación así como sobre el impacto de la obligación de financiación sobre la industria audiovisual, recomendando las medidas que considere oportunas para mejorar su eficacia y eficiencia.

2. El informe previsto en el apartado anterior incorporará los informes remitidos por las Comunidades Autónomas en relación con el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada por parte de los prestadores obligados a nivel autonómico.

3. El informe anual previsto en el apartado primero será publicado en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, garantizando la confidencialidad prevista en el artículo 14.4.

Artículo 25. *Publicidad de los títulos beneficiados por la obligación de financiación.*

Los títulos de las obras beneficiarias de la financiación prevista en este real decreto serán objeto de publicación anual por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Disposición adicional primera. *Prestadores obligados al cumplimiento de la obligación cuyo ejercicio social no coincida con el año natural.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, incluyendo los prestadores del servicio de comunicación electrónica que difundan canales de televisión y los prestadores de servicios de catálogos de programas, cuyo ejercicio social no coincida con el año natural comunicarán esta circunstancia y las fechas de cierre de dicho ejercicio a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el plazo de dos meses desde la entrada en vigor del real decreto que se aprueba.

2. Cualquier modificación societaria que afecte al cumplimiento de la obligación deberá comunicarse a dicho órgano supervisor.

Disposición adicional segunda. *Colaboración del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.*

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales establecerán un cauce que asegure la necesaria coordinación y colaboración entre ambos organismos a los efectos de la verificación de la obligación por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Disposición adicional tercera. *Información de las autoridades audiovisuales autonómicas.*

Las autoridades audiovisuales autonómicas o, en su caso, los órganos competentes de las Comunidades Autónomas en materia audiovisual remitirán a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, a efectos informativos, la siguiente documentación:

a) Antes del 1 de abril de cada año, un informe sobre el cumplimiento durante el año inmediatamente anterior, por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, tanto públicos como privados, de las cuotas de emisión de producción europea y en cualquiera de las lenguas oficiales de España, y de las cuotas de emisión de producción europea independiente, de acuerdo con lo previsto en el artículo 5.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

b) Antes del 1 de octubre de cada año, un informe sobre el cumplimiento durante el año inmediato anterior, por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual bajo su competencia, tanto públicos como privados, de la obligación de financiación de la producción audiovisual europea, prevista en el artículo 5.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, durante el ejercicio anterior. En dicho informe se reflejarán, desglosados por prestador obligado, los ingresos de explotación computados a efectos del cumplimiento de su obligación de financiación, tal como dispone el artículo 6 del presente real decreto, y la financiación total aportada, distinguiendo entre la dirigida a producciones en cualquiera de las lenguas oficiales de España y al resto de las producciones europeas y, dentro de ambas, la destinada a películas cinematográficas, a películas y series para televisión y a otras producciones, como documentales y producciones de animación.

Disposición adicional cuarta. *No incremento del gasto público.*

Las medidas incluidas en esta norma no podrán suponer incremento de dotaciones ni de retribuciones ni de otros gastos de personal.

Disposición transitoria única. *Régimen transitorio para el ejercicio correspondiente al año 2015.*

Lo establecido en este real decreto sólo será de aplicación a las operaciones realizadas con anterioridad a su entrada en vigor en tanto no suponga una restricción de derechos de los prestadores obligados a la financiación anticipada de la producción europea.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Queda derogado el Real Decreto 1652/2004, de 9 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula la inversión obligatoria para la financiación anticipada de largometrajes y cortometrajes cinematográficos y películas para televisión, europeos y españoles, así como cualquier otra disposición de igual o inferior rango que se oponga a lo establecido en este real decreto.

Disposición final primera. *Habilitación para la aplicación de lo dispuesto en este real decreto.*

De conformidad con lo previsto en el artículo 30 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia podrá dictar las instrucciones y circulares necesarias para la correcta supervisión del cumplimiento de la obligación regulada en este real decreto, previo informe preceptivo y no vinculante del titular de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Disposición final segunda. *Habilitación para la modificación formal de los anexos del presente real decreto.*

Se habilita al titular de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo para modificar por resolución el contenido de los anexos de este real decreto, previo informe preceptivo y no vinculante de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Disposición final tercera. *Título competencial y normativa básica.*

1. Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.27.ª de la Constitución.

2. El capítulo I y la disposición adicional tercera tienen carácter básico, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 149.1.27.ª de la Constitución.

Disposición final cuarta. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO I

Modelos de formularios electrónicos mediante los cuales los prestadores de servicios de comunicación audiovisual presentarán su informe de declaración, de conformidad con lo previsto en el artículo 14

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 1. Financiación de obras cinematográficas en lengua originaria española durante la fase de producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos[1]	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados[2]	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

[1] Si el titular no es productor, indicar si es distribuidora u otro prestador de TV.

[2] Si el escalado corresponde a una obra financiada en ejercicios anteriores, en «fecha de contrato» indicar el año en que se declaró.

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ----/2015, de – de -----, sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 2. Financiación de obras cinematográficas en lengua originaria española posterior a la finalización de la producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	

Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 3. Financiación de películas y miniseries para televisión en lengua originaria española durante la fase de producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 4. Financiación de películas y miniseries para televisión en lengua originaria española posterior a la finalización de la producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	

Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 5. Financiación de series para televisión en lengua originaria española durante la fase de producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Ventana de comercialización	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Temporada de la serie	
Capítulos	De capítulo ..... a capítulo .....
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 6. Financiación de series para televisión en lengua originaria española posterior a la finalización de la producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	

Fecha contrato derechos de explotación	
Ventana de comercialización	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Temporada de la serie	
Capítulos	De capítulo ..... a capítulo .....
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 7. Financiación de otras obras cinematográficas europeas durante la fase de producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 8. Financiación de otras obras cinematográficas europeas posterior a la finalización de la producción

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	

Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ----/2015, de – de -----, sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 9. Financiación de otras películas y miniseries para televisión europeas durante la fase de producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO.

EJERCICIO:

CAPÍTULO 10. Financiación de otras películas y miniseries para televisión europeas posterior a la finalización de la producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 11. Financiación de otras series para televisión europeas durante la fase de producción

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Aportaciones financieras	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Ventana de comercialización	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Temporada de la serie	
Capítulos	De capítulo ..... a capítulo .....
Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

PRESTADOR DEL SERVICIO:

EJERCICIO:

CAPÍTULO 12. Financiación de otras series para televisión europeas posterior a la finalización de la producción.

Datos de la obra audiovisual:

Título	
Titular de derechos	
Financiación directa producción	
Derechos de explotación	
Escalados	
Ayudas amortización	
Ayudas conservación	
Otras ayudas públicas	
Coste total financiación	
Fecha contrato financiación directa	
Fecha contrato derechos de explotación	
Ventana de comercialización	
Fecha fin de producción	
Tipo de producto (ficción, animación, documental)	
Obra productor independiente	
Temporada de la serie	
Capítulos	De capítulo ..... a capítulo .....

Observaciones	

De acuerdo con lo señalado en el artículo 14 del Real Decreto ...../2015, de ..... de ....., sobre la financiación anticipada de obras europeas, todos los datos declarados por el prestador obligado tendrán carácter confidencial y no podrán utilizarse para fines distintos a los previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

ANEXO II

Informe de procedimientos acordados para evaluar los ingresos base de la obligación de financiación anticipada de la producción audiovisual europea del prestador de servicios de comunicaciones electrónicas que difundan canales de televisión

Ejercicio:

Auditor:

Procedimiento a seguir:

1. Obtener de la Dirección de la Sociedad un desglose del monto total del Importe Neto de la cifra de negocios de todas las cuentas que se incluyen, tanto de ingreso como de gasto (en el caso que hubiera) relacionadas con la prestación de servicios de televisión en el que se indique, para cada una de ellas, una descripción de la misma y su importe a cierre de ejercicio. A partir de dicho desglose, cotejar que los conceptos e importes de dichas cuentas al cierre del ejercicio es coincidente con los conceptos y saldos mostrados por los registros contables y/o sistemas internos de información de la Sociedad a dicha fecha.

2. De las cuentas identificadas, hacer un análisis exhaustivo de las mismas, con un nivel de confianza del 95 %, para confirmar que en ellas no se encuentran gastos neteados de los ingresos, de ser así, identificar el concepto e importe de estos gastos.

3. Verificar la imputación contable de los ingresos, en cuanto a su correcta clasificación en cuentas contables

4. Obtener de la Dirección de la Sociedad un desglose de los ingresos por prestación de servicios de televisión, según componentes evaluables y diferenciando, entre otros, en su caso: Por cuotas de abono/ Vídeo bajo demanda/Suscripciones a la carta/Pago por Visión/ Streaming/Catálogo de Programas/Publicidad/Decodificador/Emisión canales/Otros, indicando los que corresponden en cada caso al servicio fijo o en movilidad. A partir de dicho desglose, comprobar que los conceptos e importes coinciden con los reflejados en los registros contables y/o sistemas internos de información de la Sociedad.

5. A continuación hay que identificar los ingresos no computables, así por decodificador, canales exclusivamente deportivos o de noticias o de música o de productos X o de cine, películas o series de más de 7 años de antigüedad, no son computables. Estos ingresos se identificarán en cada caso y serán deducibles. Los ingresos por los canales generalistas computan. Se aportará el listado de canales emitidos, indicando los que no se consideran computables, así como los cálculos realizados en cada caso.

6. Los ingresos íntegros del servicio de catálogo de programas tendrán el siguiente tratamiento. En el supuesto de que el ingreso sea directo por el uso del servicio se obtendrá el dato de ingreso resultante del visionado de los productos obligados. Cuando este servicio se obtiene mediante el pago de una cuota, independientemente del visionado que se realiza, para calcular los ingresos se aplicará al ingreso total del catálogo de programas el porcentaje que se obtenga de dividir el número de visionado de los nuevos productos sobre el total visionado.

7. En el caso de que en los ingresos computables se hayan incluido gastos neteados, de una muestra significativa de contratos con proveedores de contenidos obtener un desglose detallado por proveedor de los gastos. Realizar una prueba selectiva y significativa sobre el mencionado desglose.

8. Obtención de una carta de manifestaciones de la Dirección de la Sociedad.

9. Conclusión del informe de auditor conformando los ingresos.

§ 36

Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad

Ministerio de Transformación Digital
«BOE» núm. 304, de 21 de diciembre de 2023
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2023-25886

La aprobación de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, ha supuesto la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual.

Con base en la citada directiva, la Ley 13/2022, de 7 de julio, nace con el objetivo de adoptar un marco jurídico actualizado acorde con la evolución que el mercado audiovisual ha sufrido en los últimos años y que permita lograr un equilibrio entre el acceso a los contenidos, la protección de los usuarios y la competencia entre los distintos prestadores de dicho mercado, con la inclusión, bajo las mismas reglas de juego, de todos los actores que compiten por una misma audiencia.

En este sentido, el artículo 39 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, crea un nuevo Registro Estatal donde, además de incluir a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, establece como novedad la inclusión en el mismo de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, y de los usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, ampliando así la tipología de los prestadores obligados a inscribirse, en tanto que todos ellos compiten por la misma audiencia en el mercado audiovisual estatal.

Así pues, tal y como mandata el artículo 39.4 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, el presente real decreto se elabora con el objetivo de establecer la organización y funcionamiento del nuevo Registro Estatal, cuya aprobación supone, conforme la disposición final novena de la Ley 13/2022, de 7 de julio, la extinción del anterior Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, el cual ha permanecido transitoriamente vigente conforme la disposición transitoria séptima de la Ley 13/2022, de 7 de julio, y cuyas inscripciones registrales se inscribirán de oficio en el nuevo Registro Estatal.

Por otra parte, la Ley 13/2022, de 7 de julio, en aras de contribuir a una mayor transparencia del sector audiovisual como medio de protección del derecho de los usuarios, requiere que estos puedan conocer quiénes son los responsables de los servicios de comunicación audiovisual, servicios de agregación de servicios de comunicación audiovisual, servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, y usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma; información que debe ser proporcionada por los prestadores al Registro Estatal, junto con otras obligaciones de información recogidas en la Ley 13/2022, de 7 de julio, y que han sido desarrolladas en el presente real decreto.

La información que obra en el Registro Estatal es pública, reutilizable conforme a lo establecido en la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público, y de acceso gratuito a través de la aplicación informática habilitada al efecto y tiene los limites dispuestos en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, y los que se deriven del régimen de protección de datos personales aprobado por el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

En la elaboración del presente real decreto se ha tenido en cuenta la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y el Real Decreto 203/2021, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de actuación y funcionamiento del sector público por medios electrónicos, que refuerza la tramitación electrónica como medio habitual de gestión de las administraciones públicas y que completa el funcionamiento electrónico del Registro Estatal, que ya se recogía en el anterior real decreto.

Ese refuerzo se ha traducido en la inclusión del deber de todos los prestadores, ya sean personas jurídicas o colectivos de personas físicas que, por su dedicación profesional o su capacidad técnica, tienen garantizado el acceso y disponibilidad de los medios tecnológicos precisos para relacionarse con el Registro Estatal utilizando medios electrónicos; también, en la conexión con el Registro Electrónico de Apoderamientos de la Administración General del Estado, o para facilitar el cumplimiento de las obligaciones que tiene el Registro Estatal de colaboración y cooperación con otras administraciones públicas u organismos internacionales tales como la Comisión Europea y el Observatorio Europeo Audiovisual.

Este real decreto presenta otras novedades como son la regulación de la hoja electrónica registral como medio de inscripción de los asientos registrales en soporte electrónico, y la división del Registro Estatal en diferentes secciones según la tipología del prestador, ya que, debido a la convergencia tecnológica actual no cabe la antigua diferenciación de prestadores de servicios de comunicaciones audiovisuales que prestan servicios sólo lineales de los que prestan servicios no lineales.

Por otra parte, el segundo cometido del presente real decreto, es la regulación del régimen jurídico de prestación de los servicios. De un lado, en relación a la prestación de los servicios de comunicación audiovisual, la Ley 13/2022, de 7 de julio, mantiene el régimen liberalizado establecido por la Ley 7/2010, 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, por el que la presentación ante la autoridad audiovisual competente de una comunicación fehaciente y previa, habilita para el inicio de la prestación, requiriéndose solo licencia otorgada mediante concurso público para la prestación de servicios de comunicación audiovisual televisiva o radiofónica mediante ondas hertzianas terrestres.

En el caso de los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataformas y los usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, no se requiere la presentación de comunicación previa ante la autoridad audiovisual competente pero sí tienen el deber de inscripción en el Registro Estatal.

Con respecto al procedimiento de presentación de comunicación previa, la experiencia acumulada durante estos años en la tramitación de dicho procedimiento y la aprobación de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, ha motivado la introducción de algunos cambios en la

regulación del procedimiento de presentación de la comunicación previa respecto a la regulación anterior.

Se destaca la inclusión en el procedimiento de presentación de la comunicación previa de inicio de la prestación del servicio de nuevos datos a aportar. Y, con base en las facultades de comprobación, control e inspección atribuidas al órgano competente, la posibilidad de requerir al interesado documentación acreditativa del servicio cuya prestación se va a iniciar, con la finalidad de aunar la flexibilidad que supone el régimen jurídico de la comunicación previa como medio de acceso a la prestación de los servicios de comunicación audiovisual con las garantías de una correcta supervisión y control del mercado audiovisual estatal en el contexto internacional actual.

El presente real decreto desarrolla los procedimientos de declaración de la comunicación previa sin efectos y el procedimiento de pérdida de la condición de prestador, cuyas causas se prevén en la Ley 13/2022, de 7 de julio, y en el artículo en el artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

También destaca como novedad el desarrollo de ciertas previsiones en el régimen sancionador para el ejercicio efectivo de la potestad sancionadora prevista en la Ley 13/2022, de 7 de julio, como la identificación de los órganos competentes de la incoación, instrucción y resolución del procedimiento.

Por último, cabe destacar como novedad, en el ámbito de la cooperación y colaboración del Registro Estatal, la previsión de la firma de convenios entre las autoridades audiovisuales competentes con la finalidad de interconectar el Registro Estatal y los registros autonómicos y mejorar el cumplimiento de las funciones encomendadas. Asimismo, se prevé la firma de un convenio entre las autoridades audiovisuales estatales, dada la interrelación de funciones que tienen encomendadas.

En cuanto a la estructura, el real decreto consta de treinta y cuatro artículos estructurados en cuatro títulos, una parte final compuesta de dos disposiciones adicionales, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria única y tres disposiciones finales, así como un anexo.

El título preliminar contiene las disposiciones generales de la norma. El título I regula el Registro Estatal y se estructura en dos capítulos, el primero sobre las disposiciones generales y el segundo sobre la organización y funcionamiento del Registro Estatal. El título II establece los procedimientos incoados ante el Registro Estatal y se estructura en tres capítulos. El primero, relativo al procedimiento de presentación de la comunicación previa de inicio de actividad. El segundo, sobre el procedimiento de inscripción y modificación de las inscripciones registrales. El tercero, referido al procedimiento de pérdida de la condición de prestador. El título III regula las actividades de cooperación y colaboración administrativa del Registro Estatal con otros organismos públicos.

También se incluye un anexo donde se recoge la estructura del Registro Estatal, dividido en secciones y la hoja electrónica registral.

Por último, y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, la elaboración de este real decreto se ha efectuado de acuerdo con los principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia.

En primer lugar, se cumplen los principios de necesidad y eficacia por ser desarrollo reglamentario de la Ley 13/2022, de 7 de julio, e instrumento adecuado para contribuir a una mayor transparencia del sector audiovisual como medio de protección del derecho de los usuarios. Se cumple también el principio de proporcionalidad al contener este real decreto, la regulación necesaria para conseguir los objetivos que justifican su aprobación.

Respecto al principio de seguridad jurídica, el real decreto es coherente con el resto del ordenamiento jurídico nacional, al constituir, junto a la Ley 13/2022, de 7 de julio, un marco normativo estable, integrado y claro de los derechos y obligaciones de los prestadores audiovisuales sujetos al ámbito de aplicación de la norma. En virtud del principio de proporcionalidad, la normativa contiene la regulación imprescindible para conseguir sus fines.

Se ha cumplido también con el principio de transparencia, a través de la celebración de una consulta pública previa a la elaboración del reglamento conforme al artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, y mediante la publicación del proyecto de

real decreto en el portal web del Ministerio de Transformación Digital, a efectos de informar a todos aquellos interesados en realizar sus aportaciones.

Asimismo, se ha celebrado audiencia pública dirigida al sector audiovisual y a las comunidades autónomas, celebrada de conformidad con lo establecido en el artículo 26.6 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, con el fin de que pudieran conocer la norma, realizar sus aportaciones y, en definitiva, mejorar el presente real decreto. Asimismo, se han recabado los informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, del Consejo de Consumidores y Usuarios y la Agencia Española de Protección de Datos.

Por último, en relación con el principio de eficiencia se ha procurado que la norma genere las menores cargas administrativas para los sujetos obligados al cumplimiento de la norma, así como los menores costes indirectos, fomentando el uso racional de los recursos públicos y el pleno respeto a los principios de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

Este real decreto ha sido sometido al procedimiento previsto en la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información, así como a lo dispuesto en el Real Decreto 1337/1999, de 31 de julio, por el que se regula la remisión de información en materia de normas y reglamentaciones técnicas y reglamentos relativos a los servicios de la sociedad de la información.

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.21.ª y 149.1.27.ª de la Constitución Española, y de la habilitación para el desarrollo reglamentario de la Ley 13/2022, de 7 de julio, recogida en los artículos 18.1, 20 y 39.4 y en la disposición final séptima de la citada ley.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Transformación Digital, con la aprobación previa de la Ministra de Hacienda y Función Pública, de acuerdo con el Consejo de Estado, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 19 de diciembre de 2023,

DISPONGO:

TÍTULO PRELIMINAR

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

Este real decreto tiene por objeto regular:

a) La organización y funcionamiento del Registro Estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual (en adelante, Registro Estatal), así como el procedimiento de inscripción previsto en el artículo 39 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

b) El procedimiento de presentación de la comunicación previa de inicio de actividad.

c) El procedimiento de pérdida de la condición del prestador.

Artículo 2. *Ámbito de aplicación.*

1. Este real decreto será de aplicación a los siguientes prestadores previstos en la Ley 13/2022, de 7 de julio:

a) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal.

b) Prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

c) Prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

d) Prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

e) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito estatal.

f) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición de ámbito estatal.

g) Usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma conforme a lo establecido en el artículo 94.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

2. Los términos mencionados en este real decreto tienen el significado previsto en el artículo 2 y 94.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

3. Conforme a la Ley 13/2022, de 7 de julio, se entenderán por prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y televisivo a petición o no lineal, radiofónico y sonoro a petición de ámbito estatal y a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

4. Asimismo, a efectos de este real decreto se entenderán por prestadores, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y los usuarios de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

TÍTULO I

Régimen jurídico del Registro Estatal

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 3. *Objeto y finalidad.*

1. El Registro Estatal tiene por objeto recoger la inscripción obligatoria de todos los prestadores establecidos en el artículo 2.1 y de los servicios que prestan, así como las modificaciones que afecten a dichos prestadores y a los servicios prestados.

2. Asimismo, se facilitará el acceso a los asientos registrales realizados por los registros autonómicos, de conformidad con lo establecido en el artículo 41.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

3. La finalidad del Registro Estatal es facilitar la identificación de los prestadores en orden a garantizar la transparencia en el sector audiovisual y la supervisión y control de las obligaciones establecidas en la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 4. *Naturaleza y dependencia orgánica.*

1. El Registro Estatal tiene ámbito estatal, naturaleza administrativa, carácter público y gestión electrónica.

2. El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal es la Subdirección General de Ordenación de los Servicios de Comunicación Audiovisual, dependiente del Ministerio de Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales.

Artículo 5. *Régimen jurídico.*

Los procedimientos previstos en el presente real decreto se ajustarán a lo dispuesto en la Ley 13/2022, de 7 de julio, en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, y en sus correspondientes normas de desarrollo.

Artículo 6. *Publicidad formal y protección de datos de carácter personal.*

1. Los asientos registrales serán públicos y de libre acceso para su consulta por cualquier persona, a través de la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital con los límites establecidos en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de

Protección de Datos Personales y garantía de los Derechos Digitales, y la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

2. Los asientos registrales serán reutilizables, de conformidad con lo previsto en la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.

3. La publicidad del Registro no alcanza a los datos referidos a los domicilios de las personas físicas, su número de identificación fiscal (NIF) o número de identidad de extranjero (NIE), u otros datos de carácter personal que consten en la documentación de cada prestador de acuerdo con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) y el resto de normativa de protección de datos de carácter personal, siempre que no sean imprescindibles para el cumplimiento de la función del propio registro.

Artículo 7. *Gestión por medios electrónicos.*

1. La gestión del Registro Estatal será exclusivamente electrónica.

2. Los prestadores, ya sean personas físicas o jurídicas, deberán relacionarse con el Registro Estatal por medios electrónicos, mediante la aplicación informática accesible en la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital.

3. Las comunicaciones a otros interesados que no tengan la condición de prestador, se enviarán preferentemente por medios electrónicos.

Artículo 8. *Ejercicio de la potestad sancionadora.*

1. La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales ejercerá las competencias de supervisión, control y la potestad sancionadora en el ámbito del presente real decreto de conformidad con lo establecido en los artículos 155.1, 158.1 y 158.3 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

2. El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal será competente para instruir y formular la propuesta de resolución de los procedimientos sancionadores en el ámbito del presente real decreto. Asimismo, podrá abrir un período de actuaciones previas, para conocer si determinados hechos de los que haya podido tener conocimiento son susceptibles de iniciar la tramitación de un procedimiento sancionador.

3. En el ejercicio de la potestad sancionadora será de aplicación lo previsto en el artículo 154 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

CAPÍTULO II

Organización y funcionamiento

Artículo 9. *Estructura.*

1. El Registro Estatal se estructura en las siguientes secciones:

a) Sección 1.ª Prestadores del servicio de comunicación audiovisual. Quedarán inscritos en una subsección independiente los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo relacionados en los artículos 2.1.a) y 2.1.b) y en otra subsección los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición relacionados en los artículos 2.1.b), 2.1.e) y 2.1.f).

b) Sección 2.ª Prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual. Quedarán inscritos los prestadores relacionados en artículo 2.1.c).

c) Sección 3.ª Prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma. Quedarán inscritos los prestadores relacionados en el artículo 2.1.d).

d) Sección 4.ª Usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. Quedarán inscritos los prestadores relacionados en el artículo 2.1.g).

2. Las secciones tienen por objeto recoger y dar publicidad a los asientos registrales, así como depositar la documentación acreditativa relativa a cada uno de los prestadores.

Artículo 10. *Funciones.*

Son funciones del Registro Estatal:

a) Inscribir a los prestadores obligados en el registro.
b) Depositar la documentación acreditativa de los datos declarados por el prestador e inscritos en la hoja registral.
c) Dar publicidad a los asientos registrales.
d) Expedir certificados sobre los asientos registrales.
e) Resolver consultas relativas al Registro Estatal siempre que no supongan precalificación de los actos, negocios o documentos inscribibles.
f) Desarrollar las acciones necesarias para la cooperación y colaboración del Registro Estatal prevista en el título IV.
g) Cualquier otra función que le atribuya la normativa vigente

Artículo 11. *Asientos registrales y hoja electrónica registral.*

1. El Registro Estatal practicará los asientos mediante hojas registrales que se elaborarán exclusivamente en soporte electrónico.
2. Se dispondrá de una hoja registral por cada uno de los prestadores inscritos en cada sección, que serán identificados internamente por un número único de inscripción.
3. Se practicarán a instancia de parte los asientos de presentación, entendiendo por tales los que recogen la presentación de comunicaciones previas y solicitudes de inscripción por los prestadores.
4. Se practicarán de oficio las inscripciones y cancelaciones. También se practicarán de oficio los asientos registrales relativos a las resoluciones sancionadoras de conformidad con el artículo 160.5 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 12. *Datos y actos del prestador objeto de inscripción.*

1. Los prestadores deberán aportar la siguiente información:

a) Nombre y apellidos o en su caso, denominación o razón social y nacionalidad.
b) Número de identificación fiscal (NIF) si el prestador es español o número de identidad de extranjero (NIE).
c) Domicilio social o, en su caso, fiscal.
d) Domicilio y dirección de correo electrónico a efectos de puesta a disposición de notificaciones electrónicas.
e) Nombre y apellidos, NIF o NIE, domicilio, dirección de correo electrónico a efectos de puesta a disposición de notificaciones electrónicas, teléfono y documento acreditativo de la capacidad de representación del representante legal del prestador. Si estuviese inscrito en el Registro Electrónico de Apoderamientos de la Administración General del Estado, deberá indicarse.
f) Datos relativos al órgano de administración: tipo de órgano de administración, nombre de cada uno de los miembros, cargo, fecha de nombramiento, NIF o NIE.
g) Carácter público (incluyendo el control directo o indirecto de un tercer estado) o privado.
h) Documentación acreditativa de la constitución de la persona jurídica.
i) Logotipo y marca comercial.
j) Causa de establecimiento en España dentro de los supuestos previstos en el artículo 3 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

2. Además, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán aportar los siguientes datos y documentos:

a) Titulares de participaciones significativas en el capital social e identificación fiscal (NIF o NIE), con indicación de los porcentajes correspondientes tanto directa como indirectamente. Se deberá identificar si el titular, directa o indirectamente, es un tercer estado. Asimismo, se debe indicar el número de acciones por accionistas con participaciones significativas. Se entenderá por participación significativa lo establecido en el artículo 38 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

b) Documentos que acrediten los actos y negocios jurídicos que impliquen la transmisión, disposición o gravamen de las acciones a que se refiere la letra anterior o la cesión o promesa de cesión de acciones, participaciones o títulos equivalentes que tenga como efecto la adquisición directa o indirecta de las acciones de una empresa cuyo objeto sea la prestación de un servicio de comunicación audiovisual.

c) Número y proporción de mujeres integrantes del órgano de administración de la sociedad.

d) Punto de contacto con el prestador a disposición del espectador para la comunicación directa con el responsable editorial y garantizar el derecho de queja y réplica.

e) Sitio web corporativo en el que conste la información recogida en el artículo 42 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

f) Declaración responsable manifestando no estar incurso en ninguno de los supuestos recogidos en el artículo 19.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal mediante ondas hertzianas terrestres deberán aportar también una declaración responsable anexa, sobre la no participación del prestador y/o de sus socios o titulares con participaciones significativas, en el capital o derechos de voto de otros prestadores de comunicación audiovisual televisiva o, en caso contrario, no rebasar los límites establecidos en el artículo 35 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual radiofónico mediante ondas hertzianas terrestres deberán aportar también una declaración responsable anexa, relativa al cumplimiento de los límites establecidos en el artículo 78 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

5. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma deberán aportar el sitio web corporativo, en el que deberá constar la información recogida en el artículo 42 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 13. *Datos del servicio objeto de inscripción.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán aportar los siguientes datos relativos al servicio de comunicación audiovisual prestado:

a) Logotipo y marca comercial del servicio o servicios.

b) Fecha de inicio de emisiones y fecha de cese de emisiones en el caso de estar prevista.

c) Naturaleza (televisiva o radiofónica), generalista o temática (series, películas, infantil, documental, noticiarios, deportes, juegos, comunicaciones comerciales audiovisuales u otros) y audiencia objetiva del servicio (infantil, juvenil, familiar, adulto).

d) Tipo de emisión del servicio de comunicación audiovisual (lineal, a petición, en abierto, codificado).

e) Ámbito geográfico de emisiones.

f) Idioma o idiomas del servicio.

g) Incorporación, en su caso, de los servicios de subtitulado, audio-descripción y lengua de signos.

h) Horario de emisiones del servicio.

i) Tecnología de transmisión del servicio:

1.º Televisivo: Televisión Digital Terrestre (TDT) Cable, Satélite, Televisión por Protocolo de Internet (IPTv), Internet.

2.º Radiofónico: Transmisión Digital de Audio (DAB), Modulación de Amplitud (AM), Internet. Indicar también si se trata de emisión en cadena.

3.º Si se trata de un servicio de comunicación audiovisual a petición por Internet, página web o dominio a través del que resulta accesible el servicio de comunicación audiovisual.

4.º En el caso de emisión por satélite del servicio, se deberá incluir tanto la denominación del prestador de servicios de comunicaciones electrónicas que presta el servicio de enlace ascendente (*up-link*), como el del prestador titular de la plataforma de satélites.

5.º Servicio de agregación de servicio de comunicación audiovisual que difunda entre su oferta, el servicio de comunicación audiovisual del prestador.

j) Modo de financiación del servicio (publicidad, suscripción, pago por visión, otros).

k) En el caso de prestadores del servicio público de comunicación audiovisual y de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva o radiofónica mediante ondas hertzianas terrestres en régimen de licencia, indicarán el número administrativo del título habilitante para el uso del dominio público radioeléctrico.

2. Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, aportarán para su inscripción, los datos sobre el servicio referidos en las letras a), b) c), d), e), f), i) y j) del apartado anterior.

3. Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual deberán, asimismo, informar de:

a) Las ofertas de agregación de servicios de comunicación audiovisual que ofrecen a los usuarios finales.

b) Los servicios de comunicación audiovisual que componen cada una de las ofertas de agregación de servicios, indicando el prestador responsable de cada uno de los servicios y el Estado bajo cuya jurisdicción está sometido el prestador, así como su logotipo y marca comercial.

4. Los usuarios de especial relevancia deberán, asimismo, indicar el servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma utilizado para la transmisión de su servicio.

Artículo 14. *Certificados.*

1. Cualquier persona física o jurídica que manifieste un interés legítimo podrá solicitar certificaciones relativas a los prestadores y servicios inscritos en el Registro Estatal.

2. Las certificaciones registrales acreditarán fehacientemente el contenido de los asientos registrales y tendrán carácter gratuito.

Artículo 15. *Consultas.*

El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal resolverá las consultas generales recibidas, sin que en ningún caso dichas consultas puedan suponer precalificación de actos, negocios o documentos inscribibles.

TÍTULO II

Disposiciones sobre procedimientos ante el Registro Estatal

CAPÍTULO I

Comunicación previa de inicio de actividad

Artículo 16. *Presentación de la comunicación previa de inicio de actividad.*

1. La presentación de la comunicación fehaciente y previa de inicio de actividad prevista en el artículo 18.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, se realizará mediante la aplicación informática accesible en la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual sometidos a comunicación previa utilizarán los modelos normalizados de comunicación previa disponibles en la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital.

3. La información y documentación aportada por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual sometidos a comunicación previa será la que se relaciona en los artículos 12.1 y 12.2 y 13.1.

4. La comunicación previa permitirá el inicio de la actividad desde el momento de su presentación, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección atribuidas al órgano responsable de la gestión del Registro Estatal y de lo dispuesto en los artículos 17 y 18.

5. De conformidad con el artículo 69.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, la comunicación previa dejará de producir efectos desde el momento en que en ella se apreciara inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en la aportación de datos y/o documentos detallados en los artículos 12.1.a), 12.1.b), 12.1.c), 12.1.d), 12.1.e), 12.1.g) y 12.1.j) y 12.2.a), 12.2.b), 12.2.c), 12.2.d) y 12.2.f) y 13.1.a), 13.1.c), 13.1.d), 13.1.e), 13.1.f), 13.1.i) y 13.1.j).

Artículo 17. *Subsanación de la comunicación previa de inicio de actividad.*

1. Si la comunicación previa presentada ante el Registro Estatal estuviera incompleta, presentara deficiencias o no se aportara la documentación requerida, el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal requerirá al prestador del servicio de comunicación audiovisual para que, en un plazo de diez días, subsane las deficiencias o acompañe los documentos preceptivos.

2. El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal podrá además requerir la aportación de documentación acreditativa relativa al prestador del servicio de comunicación audiovisual o a los servicios cuya prestación va a iniciar.

Artículo 18. *Comunicación previa sin efectos.*

1. La comunicación previa no producirá ningún efecto cuando concurra cualquiera de las circunstancias previstas en el artículo 19.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

2. Por resolución de la persona titular de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, previa audiencia del interesado, se declarará la concurrencia de cualquiera de las circunstancias previstas en los apartados anteriores, lo que determinará la imposibilidad de continuar con la prestación del servicio, sin perjuicio de las responsabilidad penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar.

3. La resolución determinará, en los supuestos más graves, la imposibilidad de instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un periodo máximo de dos años.

4. Contra la resolución que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso potestativo de reposición ante el mismo órgano que la dictó de acuerdo con lo previsto en el artículo 123 y siguientes de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, o dicha resolución podrá ser impugnada directamente ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo.

Artículo 19. *Inscripción de la comunicación previa.*

El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal practicará de oficio la primera inscripción de la comunicación previa de conformidad con lo establecido en los artículos 22 y 24.

CAPÍTULO II

Procedimientos de inscripción y modificación de las inscripciones registrales

Artículo 20. *Deber de inscripción en el Registro Estatal.*

Los prestadores previstos en el artículo 2.1 tienen la obligación de inscribirse en el Registro Estatal e inscribir los servicios que prestan, así como las modificaciones que afecten a dichos prestadores y a los servicios prestados.

Artículo 21. *Carácter de la inscripción.*

La inscripción en el Registro Estatal tendrá carácter declarativo.

Artículo 22. *Práctica de la primera inscripción.*

1. El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal practicará la primera inscripción en el Registro Estatal de acuerdo con los siguientes términos:

a) En el caso de prestadores del servicio de comunicación audiovisual sometidos al régimen de comunicación previa, una vez efectuada la comunicación previa conforme a lo dispuesto en el capítulo I del título II.

b) En el caso de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual sometidos al régimen de licencia, una vez recibida la solicitud de inscripción en el Registro Estatal, la cual deberá presentarse por los prestadores en el plazo de un mes desde el otorgamiento, transmisión o arrendamiento de la preceptiva licencia audiovisual.

c) En el caso de los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, una vez recibida la solicitud de inscripción en el Registro Estatal, la cual deberá ser presentada en el plazo máximo de un mes desde el inicio de la actividad.

2. Para realizar la solicitud de inscripción, los prestadores utilizarán los modelos normalizados de presentación de solicitudes disponibles en la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital.

3. La información aportada será la que se relaciona en los artículos 12 y 13 que resulte en cada caso de aplicación a cada tipo de prestador.

Artículo 23. *Subsanación de la solicitud de inscripción.*

1. Si la solicitud de inscripción en el Registro Estatal estuviera incompleta, presentara deficiencias o no se aportara la documentación requerida, el órgano responsable de la gestión requerirá al prestador para que, en un plazo de diez días, subsane las deficiencias o acompañe los documentos preceptivos.

2. Transcurrido el plazo señalado en el apartado anterior para la subsanación sin que el requerimiento sea atendido, se le tendrá por desistido en su solicitud de inscripción mediante resolución dictada por el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal, ello sin perjuicio de que el citado órgano pudiera acordar, en su caso, la apertura del correspondiente procedimiento sancionador por incumplimiento del deber de inscripción.

Artículo 24. *Inscripción del prestador.*

1. El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal examinará los datos y documentos de la comunicación previa, verificará el cumplimiento de los requisitos recogidos en los artículos 12 y 13 y procederá a practicar de oficio la primera inscripción. En los restantes casos, el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal practicará la inscripción a solicitud del interesado, una vez examinados los datos y documentos aportados y verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos en los artículos 12 y 13.

2. La primera inscripción se notificará al prestador junto a un número único de inscripción con el que se podrá acceder a inscribir las modificaciones posteriores de los datos inscritos relativos al prestador y a los servicios prestados.

Artículo 25. *Procedimiento de modificación de los datos inscritos en el Registro Estatal.*

1. Los prestadores están obligados a mantener actualizados los datos del Registro Estatal relativos al prestador y a los servicios prestados.

2. Los prestadores deberán comunicar al Registro Estatal cualquier acto o hecho que suponga la modificación de la información prevista en los artículos 12 y 13 que les sea de aplicación, en el plazo máximo de un mes desde la fecha en que esta se produzca, aportando la documentación acreditativa oportuna.

3. Las modificaciones sobre los datos y actos inscritos que dimanen de cualquier acto de la Administración serán comunicados por parte del prestador afectado al Registro Estatal para poder ser inscritos de oficio.

4. La comunicación de la modificación deberá realizarse mediante la aplicación informática accesible en la sede electrónica asociada del Ministerio de Transformación Digital, siendo preceptivo indicar el número único de inscripción otorgado al prestador en la primera inscripción.

5. Si la solicitud de modificación de los datos inscritos en el Registro Estatal estuviera incompleta, presentara deficiencias o no se aportara la documentación requerida, el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal requerirá al prestador para que, en un plazo de diez días, subsane las deficiencias o acompañe los documentos preceptivos de conformidad con el artículo 23.

6. El prestador del servicio público de comunicación audiovisual comunicará los datos para la inscripción de sus nuevos servicios públicos de comunicación audiovisual, incluidos aquellos prestados mediante cualquier tecnología que no utilice ondas hertzianas terrestres, a través del procedimiento de modificación de datos inscritos y de conformidad con el artículo 53.6 y 53.7 de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

7. Sin perjuicio de lo previsto en el apartado 1, anualmente el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal enviará un recordatorio a los prestadores inscritos en él para que actualicen, si procede, los datos inscritos en el Registro Estatal.

Artículo 26. *Cancelación registral de la inscripción.*

Tras la pérdida de la condición de prestador de acuerdo con lo previsto en el capítulo III del título II se procederá de oficio a la cancelación de la inscripción del prestador en el Registro Estatal.

CAPÍTULO III

Procedimiento de pérdida de la condición de prestador

Artículo 27. *Causas de la pérdida de la condición de prestador adquirida a través de comunicación previa de inicio de actividad.*

1. El prestador del servicio de comunicación audiovisual dejará de tener dicha condición en los supuestos enunciados en el artículo 20.1.a), 20.1.b), 20.1.c) y 20.1.d) de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

2. El prestador del servicio de comunicación audiovisual también dejará de tener dicha condición de forma general en los supuestos enunciados en el artículo 69.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre y, en particular, cuando se compruebe la inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en los datos y/o documentos detallados en los artículos 12.1.a), 12.1.b), 12.1.c), 12.1.d), 12.1.e), 12.1.g) y 12.1.j) y 12.2.a), 12.2.b), 12.2.c), 12.2.d) y 12.2.f) y 13.1.a), 13.1.c), 13.1.d), 13.1.e), 13.1.f), 13.1.i) y 13.1.j).

Artículo 28. *Causas de la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual mediante ondas hertzianas terrestres en régimen de licencia.*

La concurrencia de alguna de las causas de extinción de la licencia previstas en el artículo 31 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, supondrá la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual en régimen de licencia y seguirá el procedimiento previsto en el artículo 30.

Artículo 29. *Causas de la pérdida de la condición de los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.*

Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, perderán la condición de prestadores, conforme a las causas recogidas en el artículo 20.1.a), 20.1.b) y 20.1.c) de la Ley 13/2022, de 7 de julio, a través del procedimiento previsto en el artículo 30.

Artículo 30. *Procedimiento de declaración de la pérdida de la condición de prestador.*

1. El procedimiento de declaración de la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual se iniciará de oficio mediante acuerdo de inicio del procedimiento dictado por el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal, en los siguientes términos:

a) En los supuestos del artículo 20.1.a), 20.1.b) y 20.1.c), de la Ley 13/2022, de 7 de julio, tras la recepción de la comunicación del prestador de las circunstancias señaladas en

los mismos o a partir del momento en que el órgano competente tenga conocimiento de dichos hechos.

b) En el supuesto del artículo 20.1.d), de la Ley 13/2022, de 7 de julio, una vez adquirida firmeza la sanción impuesta.

c) En el supuesto del artículo 27.2 a partir del momento en que el órgano competente tenga conocimiento de dichos hechos.

2. En la instrucción del procedimiento de la declaración de la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual, el órgano responsable de la gestión del Registro Estatal podrá solicitar la colaboración de otros órganos administrativos. Asimismo, podrá requerir de terceros tales como prestadores del servicio de agregación del servicio de comunicación audiovisual o prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas, información relativa a la prestación del servicio declarada por el prestador.

3. Por resolución del titular de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales, en el plazo de tres meses desde que se acordó el inicio del procedimiento, y previa audiencia del interesado, se declarará la pérdida de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual.

4. Contra dicha resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso potestativo de reposición ante el mismo órgano que la dictó, de acuerdo con lo previsto en el artículo 123 y siguientes de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, o dicha resolución podrá ser impugnada directamente ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo.

TÍTULO III

Cooperación y colaboración administrativa del Registro Estatal

Artículo 31. *Deber de cooperación con la Comisión Europea.*

El órgano responsable de la gestión del Registro Estatal facilitará a la base de datos centralizada de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma de la que es responsable la Comisión Europea, la información contenida en el Registro Estatal. Adicionalmente, se facilitarán los datos obrantes en los registros autonómicos suministrados por estos al Registro Estatal en el marco del cauce de cooperación previsto en el artículo siguiente.

Artículo 32. *Deber y medios de cooperación entre el Registro Estatal y los registros autonómicos.*

El Ministerio de Transformación Digital y las autoridades audiovisuales competentes de las comunidades autónomas formalizarán un convenio para la interconexión electrónica entre el Registro Estatal y los registros autonómicos y el acceso por medios electrónicos al conjunto de datos obrantes en los mismos, con el fin de facilitar la federación de dichos registros y el cumplimiento de las obligaciones de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

Artículo 33. *Colaboración con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.*

En el marco de colaboración previsto en el artículo 153 de la Ley 13/2022, de 7 de julio y, con el fin de dar efectivo cumplimiento al ejercicio de las funciones encomendadas a ambas autoridades audiovisuales en el ámbito del presente real decreto, se formalizará un convenio entre el Ministerio de Transformación Digital y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Artículo 34. *Colaboración con otros organismos públicos.*

En el ejercicio de sus atribuciones, el Registro Estatal podrá solicitar la información o asistencia de los órganos y entidades y organismos vinculados o dependientes de la Administración General del Estado.

Disposición adicional primera. *No incremento del gasto público.*

Las medidas incluidas en esta norma no podrán suponer incremento de dotaciones ni de retribuciones ni de otros gastos de personal.

Disposición adicional segunda. *Traslado de las inscripciones del Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual.*

De conformidad con lo establecido en la disposición transitoria séptima de la Ley 13/2022, de 7 de julio, las inscripciones efectuadas en el Registro Estatal de Prestadores del Servicio de Comunicación Audiovisual serán trasladadas de oficio al nuevo Registro Estatal, dejando de estar en vigor el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual previsto en el Real Decreto 847/2015, de 28 de septiembre, por el que se regula el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad.

Disposición transitoria primera. *Plazo de inscripción de los prestadores que hayan iniciado su actividad y no estén inscritos en el Registro Estatal de Prestadores del Servicio de Comunicación Audiovisual.*

1. En el plazo de dos meses a partir de la entrada en vigor de este real decreto, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual, que no estuvieran inscritos en el anterior Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, deberán presentar su comunicación previa o solicitud de inscripción en el nuevo Registro Estatal aportando los datos requeridos en los artículos 12 y 13.

2. De conformidad con lo establecido en el artículo 94 y la disposición final novena de la Ley 13/2022, de 7 de julio, los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma dispondrán de dos meses a partir de la entrada en vigor del reglamento que concrete los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia, para presentar la solicitud de inscripción en el Registro Estatal.

Disposición transitoria segunda. *Procedimientos en curso.*

Los procedimientos que se encuentran en tramitación ante el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual a fecha de entrada en vigor de este real decreto continuarán con su tramitación de acuerdo con lo previsto en la normativa vigente en el momento de su iniciación.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Se deroga el Real Decreto 847/2015, de 28 de septiembre, por el que se regula el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad, y cuantas normas de igual o inferior rango contradigan o se opongan a lo dispuesto en el presente real decreto.

Disposición final primera. *Facultades de desarrollo.*

1. La persona titular del Ministerio de Transformación Digital podrá dictar las disposiciones de desarrollo, aplicación y ejecución de este real decreto.

2. La persona titular del Ministerio de Transformación Digital podrá modificar por orden ministerial el contenido del anexo de este real decreto.

Disposición final segunda. *Título competencial.*

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1. 21.ª y 27.ª de la Constitución Española, que atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de telecomunicaciones, y para dictar las normas básicas del régimen de radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las comunidades autónomas, respectivamente.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el mismo día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO

Estructura del Registro Estatal y hoja electrónica registral

Sección 1.ª Prestadores del Servicio de Comunicación Audiovisual

Inscripción:

Número único de inscripción:
Fecha inscripción prestador:

Fecha presentación comunicación previa y/o solicitud de inscripción. Datos del solicitante.

Tipo de prestador de servicios de comunicación audiovisual:

Datos del prestador (declarados por el prestador).
Datos de los servicios/canales (declarados por el prestador).
Licencia/Encomienda de gestión:

Modificación:

Fecha modificación de los datos.
Fecha modificación datos.

Baja registral:

Comunicación pérdida condición del prestador.
Fecha pérdida condición.

Sancionador:

Acceso expediente administrativo:

Documentación adjuntada por el prestador.
Documentación interna (procedimientos).
Otra documentación.

Sección 2.ª Prestadores del Servicio de Agregación de Servicios de Comunicación Audiovisual

Inscripción:

Número único de inscripción:
Fecha inscripción prestador:

Fecha presentación solicitud de inscripción. Datos del solicitante.
Datos del prestador (declarados por el prestador).
Datos del servicio (declarados por el prestador).

Modificación:

Fecha modificación de los datos:
Fecha modificación datos:

Baja registral:

Comunicación pérdida condición del prestador.
Fecha pérdida condición.

Sancionador:

Acceso expediente administrativo:

Documentación adjuntada por el prestador.
Documentación interna (procedimientos).
Otra documentación.

Sección 3.ª Prestadores del Servicio de Intercambio de Vídeos a través de Plataforma

Inscripción:

Número único de inscripción:
Fecha inscripción prestador:

Fecha presentación solicitud de inscripción. Datos del solicitante.
Datos del prestador (declarados por el prestador).
Datos del servicio declarado por el prestador.

Modificación:

Fecha modificación de los datos:
Fecha modificación datos:

Baja registral:

Comunicación pérdida condición del prestador.
Fecha pérdida condición.

Sancionador:

Acceso expediente administrativo:

Documentación adjuntada por el prestador.
Documentación interna (procedimientos).
Otra documentación.

Sección 4.ª Usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma

Inscripción:

Número único de inscripción:
Fecha inscripción prestador:

Fecha presentación solicitud de inscripción. Datos del solicitante.
Datos del prestador (declarados por el usuario).
Datos del servicio declarados por el usuario.
Plataforma de intercambio de vídeos utilizada por el usuario.

Modificación:

Fecha modificación de los datos:
Fecha modificación datos:

Baja registral:

Comunicación pérdida condición del prestador.
Fecha pérdida condición.

Sancionador:

Acceso expediente administrativo:

Documentación adjuntada por el prestador.
Documentación interna (procedimientos).
Otra documentación.

§ 37

Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
«BOE» núm. 294, de 7 de diciembre de 2011
Última modificación: 22 de enero de 2014
Referencia: BOE-A-2011-19207

Con fecha 1 de abril de 2010 se publicó en el «Boletín Oficial del Estado» la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, cuya entrada en vigor se produjo el 1 de mayo de 2010, salvo la sección 2.ª del capítulo II del título II, sobre la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales, que entró en vigor el 1 de agosto de 2010, de acuerdo con lo previsto en la disposición transitoria decimotercera de la misma.

Dicha Ley introdujo en nuestro ordenamiento jurídico un nuevo marco regulador de la comunicación audiovisual en su conjunto y, en especial, de la comunicación comercial como derecho reconocido a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, creando un régimen jurídico basado en la liberalización de la prestación de los servicios, teniendo en cuenta que éstos se desarrollan en un mercado plural, abierto y competitivo.

La regulación de la comunicación comercial televisiva es de suma importancia tanto para los prestadores del servicio como para sus telespectadores por lo que, además de reconocer el derecho de los prestadores a realizar comunicaciones comerciales, también se debe concebir como un instrumento de protección del telespectador frente a la emisión abusiva de mensajes promocionales y publicitarios.

Algunos aspectos de la Ley dedicados a la comunicación comercial audiovisual, precisan aclaración y un desarrollo más amplio para otorgar una mayor seguridad jurídica a los operadores que las realizan. En ese sentido, la disposición final séptima del propio texto legal habilita al Gobierno para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de la Ley.

Así pues, mediante la presente disposición, se desarrollan reglamentariamente diversos contenidos del título II de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, a fin de delimitar el alcance de los derechos y obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual cuando emiten en su programación autopromociones y determinadas formas de comunicación comercial, tales como telepromociones o patrocinios, y también cuando realizan dichas comunicaciones o las distintas modalidades de mensajes publicitarios durante la retransmisión de acontecimientos deportivos.

Todo ello se plantea con una visión de medio y largo plazo, con criterios que despejen incertidumbres, den seguridad a las empresas del sector y garanticen sus derechos y también el de los telespectadores. Con la suficiente transparencia para proporcionar una

seguridad jurídica a los agentes implicados y fijando unas reglas de uniforme aplicación en el sector, sin que ello suponga perjuicio o discriminación para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y sin perjuicio del derecho a la autorregulación del prestador del servicio de comunicación audiovisual previsto en el artículo 12 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

El presente real decreto y el reglamento que aprueba serán de aplicación a los prestadores de comunicación audiovisual de cobertura estatal, conforme a lo dispuesto en el artículo 2.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, sin incidencia en los prestadores de otros ámbitos territoriales inferiores.

Ambas disposiciones se dictan en uso de la habilitación normativa establecida en la disposición final séptima de dicha Ley General de la Comunicación Audiovisual.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 11 de noviembre de 2011,

DISPONGO:

Artículo único. *Aprobación del Reglamento.*

Se aprueba, y se inserta a continuación, el Reglamento por el que se desarrolla la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva.

Disposición adicional única. *Definiciones.*

Los términos mencionados en este real decreto y en el reglamento que aprueba tienen el significado que se les asigna en el artículo 2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Disposición transitoria única. *Ejercicio de funciones.*

El ejercicio transitorio de las competencias y funciones que la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, atribuye al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales serán ejercidas por los órganos competentes del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio hasta la efectiva constitución de aquel, de conformidad con lo establecido en la disposición transitoria séptima de la referida Ley General de la Comunicación Audiovisual, momento en que pasarán a corresponder al citado Consejo.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Queda derogado el Real Decreto 1462/1999 de 17 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento que regula el derecho de los usuarios del servicio de televisión a ser informados de la programación a emitir, y se desarrollan otros artículos de la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, así como cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en este real decreto.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor en el plazo de un mes desde el día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

REGLAMENTO DE DESARROLLO DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LO RELATIVO A LA COMUNICACIÓN COMERCIAL TELEVISIVA

CAPÍTULO I

Disposiciones de carácter general

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación del Reglamento.*

1. Constituye el objeto de este Reglamento el desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la actividad de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva cuando realizan autopromociones o diversas formas de comunicaciones comerciales, tales como telepromociones y patrocinios, o cuando las emiten durante la retransmisión de acontecimientos deportivos.

2 Están sujetos a lo dispuesto en este Reglamento los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal, conforme a lo dispuesto en el artículo 2.3 de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, sin incidencia en los prestadores de otros ámbitos territoriales inferiores.

Artículo 2. *Limitaciones del tiempo dedicado a la emisión por televisión de autopromociones y comunicaciones comerciales.*

1. De conformidad con lo establecido en el artículo 13.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas.

2. Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial.

3. Asimismo, el artículo 14.1 de la Ley establece que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, ya sean servicios radiofónicos, televisivos o conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva pueden ejercer este derecho mediante la emisión de 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj. Los servicios radiofónicos, conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios libremente. Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. También se excluirá del cómputo la telepromoción cuando el mensaje individual de la telepromoción tenga una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario y el conjunto de telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj.

5. A los efectos de las limitaciones de tiempo para la emisión de autopromoción y de mensajes publicitarios establecidas en los artículos 13 y 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se entenderá por «hora de reloj» cada una de las horas naturales en que se divide el día.

Artículo 3. *Interrupciones de programas.*

De conformidad con el artículo 14.4 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, a efectos del número de interrupciones permitidas, que no podrá ser superior a una por cada período previsto de 30 minutos, se entenderá que la duración prevista en el caso de películas para televisión, largometrajes y programas informativos televisivos, así como de los programas infantiles, es el lapso de tiempo total de duración de

estos programas, excluyendo la duración de los espacios publicitarios y autopromociones existentes dentro de los mismos.

CAPÍTULO II

La autopromoción

Artículo 4. *Autopromociones relativas a la programación.*

Computan en el límite de 5 minutos por hora de reloj fijado en el artículo 13 de dicha Ley:

a) Los avances de programación, donde se informa a los telespectadores, a través de trailers u otras técnicas audiovisuales publicitarias o promocionales, de los próximos programas o paquetes de programación que se van a emitir en cualquiera de los canales cuya responsabilidad editorial compete al mismo prestador del servicio de comunicación audiovisual.

b) Las sobreimpresiones publicitarias o promocionales sobre la programación o próximos programas de cualquiera de los canales del mismo prestador del servicio que se van a emitir, que no se limiten a informar, aunque tan solo aparezcan en alguno de los ángulos de la pantalla, así como aquellas transparencias o sobreimpresiones, también de carácter publicitario o promocional, que redirijan a la página web del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

c) Las autopromociones de la cadena o del prestador del servicio de comunicación audiovisual que tengan un carácter promocional o publicitario.

Artículo 5. *Autopromociones de productos.*

1. Se computan en el límite de los 5 minutos las comunicaciones audiovisuales que informan sobre los productos accesorios derivados directamente de los programas del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

Se entiende por productos accesorios derivados directamente del programa aquellos que realmente se identifiquen con ese programa y cuya existencia y comercialización sería imposible sin la existencia de aquel, por su directa vinculación con él.

2. En ningún caso se considera autopromoción aquella promoción de productos que, aun teniendo una cierta relación con los contenidos de un programa, resulten ajenos al mismo, computándose en tal caso como mensajes publicitarios dentro del límite de 12 minutos establecidos para éstos.

3. Para considerar que los productos son directamente derivados del programa, el prestador del servicio de comunicación audiovisual deberá acreditar la titularidad sobre sus derechos y que asume, directa o indirectamente, la explotación económica del producto.

A estos efectos, la autoridad audiovisual competente podrá exigir al prestador que aporte la documentación suficiente que acredite la titularidad de los derechos y su ejercicio efectivo, así como la ausencia de contraprestación de terceros por la emisión de las comunicaciones audiovisuales que promocionen esos productos. En caso contrario, si la promoción de productos se hace a cambio de contraprestación, se consideraría comunicación comercial, y como tal se le aplicaría el límite de los 12 minutos por hora de reloj.

4. En los supuestos en que un producto derivado directamente de un programa sea comercializado por un tercero que asume la explotación de aquel por su propia cuenta y riesgo, únicamente se aplicarán los límites de cómputo establecidos para la autopromoción cuando el mensaje no incluya menciones, promoción o publicidad de ese tercero, computándose, en caso contrario, en el límite de los 12 minutos destinados a mensajes publicitarios y de televenta.

5. Aquellas comunicaciones de productos o servicios que no sean accesorios ni deriven directamente de los programas, sino del prestador del servicio o de la cadena computarán dentro del límite de los 12 minutos, por considerarse un mensaje publicitario de una actividad del prestador ajena a la comunicación audiovisual.

Artículo 6. *Locuciones verbales.*

Las locuciones verbales que tengan una naturaleza promocional o publicitaria sobre la programación o sobre los productos accesorios derivados directamente de los programas computan como autopromoción en el límite de los 5 minutos por hora de reloj, estando excluidas de cualquier cómputo, tanto a los efectos de emisión de mensajes publicitarios como de autopromoción, las meramente informativas.

Artículo 7. *Información de programación y productos no sometidos a cómputo.*

1. Se excluyen del cómputo de tiempo, tanto del límite de 5 minutos dedicado a la autopromoción, como del límite de 12 minutos dedicado a mensajes publicitarios por hora de reloj:

a) Los programas que informan sobre la programación del prestador del servicio de comunicación audiovisual y los rodillos que informan sobre algún cambio de la misma.
b) Las secciones y contenidos, dentro de los programas tipo magazines u otro tipo de programas, que se dedican a informar sobre la programación y cuya finalidad es similar al de los programas indicados en la letra a).
c) Aquellas sobreimpresiones sobre la programación de cualquiera de los canales del mismo prestador del servicio no comprendidas en la letra b) del artículo 4.2, por ser de carácter meramente informativo.

2. Tampoco computarán como autopromoción ni como publicidad, las referencias genéricas que se hagan al prestador del servicio de comunicación audiovisual cuando su naturaleza sea puramente informativa.
3. Los anuncios o mensajes de productos accesorios directamente derivados de determinados programas no computarán como autopromoción ni como publicidad cuando vayan dirigidos a facilitar la participación del telespectador con el programa de que se trate, afectando de alguna forma al desarrollo del mismo. Esta circunstancia no podrá extenderse a otras formas de participación en las que no existe conexión con el programa y que, aunque puedan entenderse derivadas de éste, en ningún caso cumplen la condición de estar conexas a él, pues no implican interactuación con el mismo.
Así, estarán excluidos de cualquier límite los mensajes cuyo objetivo sea participar en los programas o realizar determinadas votaciones que afecten al desarrollo del mismo, así como aquellos mensajes de opinión relativos al programa.
4. No están excluidos, sin embargo, aquellos mensajes invitando a llamar mediante números de tarificación adicional o SMS Premium con el objetivo de conseguir un premio, y que no estén en conexión directa con el programa de que se trate en cualquiera de las formas indicadas en el párrafo anterior, o que no afecten a su desarrollo, computándose en consecuencia como publicidad en el límite de los 12 minutos, sin perjuicio de la regulación del juego que, en su caso, sea de aplicación.

Artículo 8. *La publicidad en la autopromoción.*

Todos aquellos espacios de autopromoción, ya sea de programas o productos o mediante locuciones verbales, en los que se mezclen o incluyan elementos publicitarios ajenos a la programación o a los productos accesorios directamente derivados de los programas, se considerarán mensajes publicitarios computables en el límite de tiempo asignado a éstos, es decir, 12 minutos por hora de reloj.

CAPÍTULO III

La telepromoción

Artículo 9. *Condiciones y requisitos de las telepromociones para que no computen en el límite de 12 minutos por hora de reloj destinados a mensajes publicitarios y de televenta.*

1. A los efectos de lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se considerará que la telepromoción tiene una

duración claramente superior a la de un mensaje publicitario siempre que supere los 2 minutos.

2. Las telepromociones siempre se han de emitir dentro de los programas, utilizando el mismo escenario, ambientación y atrezzo del programa donde se emiten.

Únicamente se admiten como excepción a este requisito las telepromociones en obras de ficción, que deberán ser emitidas inmediatamente al inicio o al final de la obra de ficción o inmediatamente antes o detrás de un corte publicitario de dicha obra, de tal manera que formen un todo con el programa y supongan una continuidad con el mismo.

En el caso de que la obra de ficción esté patrocinada, se colocará inmediatamente después del mensaje de patrocinio, y justo antes del inicio de la obra o de su reanudación tras las interrupciones publicitarias y, en su caso, justamente después del final de la obra y antes del mensaje de patrocinio.

Las telepromociones emitidas fuera del programa al que correspondan se computarán en el límite de los doce minutos por hora de reloj establecidos para la emisión de mensajes publicitarios y de televenta.

3. En todo caso, la promoción del bien o servicio objeto de la telepromoción ha de ser realizada por los presentadores, protagonistas o colaboradores del programa donde ésta se emite, con las características indicadas en el apartado 2 anterior, y ha de tener una vinculación directa con el programa sin que se puedan emitir de manera independiente al programa correspondiente.

Artículo 10. *Limitación diaria y horaria del tiempo dedicado a las telepromociones.*

En el supuesto de que se superen los 3 minutos por hora de reloj de telepromociones o los 36 minutos diarios a que se refiere el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y únicamente a efectos de cómputo, el exceso sobre dichos límites de tiempo se computará en el límite de 12 minutos por hora de reloj dedicados a la emisión de mensajes publicitarios y de televenta, sin perjuicio de las sanciones administrativas que, en su caso, pudieran imponerse, conforme a dicha Ley.

Artículo 11. *Identificación de las telepromociones.*

Durante la emisión de las telepromociones deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación «publicidad».

CAPÍTULO IV

El Patrocinio

Artículo 12. *Condiciones y requisitos del patrocinio para que no computen como mensajes publicitarios en el límite de 12 minutos por hora de reloj destinados a mensajes publicitarios y de televenta.*

1. Para que el patrocinio pueda excluirse del cómputo de tiempo máximo de 12 minutos dedicado a comunicaciones comerciales convencionales, es necesario el cumplimiento de las siguientes condiciones:

a) Que exista un contrato u orden de patrocinio entre el productor del programa patrocinado o el prestador del servicio de comunicación audiovisual, o en su caso el titular, cedente o licenciante de los derechos del evento emitido en los casos en que se vincule este patrocinio de forma indivisible a los derechos de emisión, y la entidad patrocinadora del programa. La autoridad audiovisual competente podrá requerir en cualquier momento al prestador del servicio de comunicación audiovisual la acreditación de dicho contrato u orden de patrocinio.

b) El patrocinio ha de estar referido a un programa, entendido de acuerdo con la definición de programa de televisión que figura en el artículo 2.6, letra a) de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y que, por consiguiente, se incluye de forma autónoma en la Guía Electrónica de Programación, dándose a conocer con una antelación mínima de 3 días de conformidad con el artículo 6.2 de dicha Ley.

En consecuencia, no pueden considerarse como tal los patrocinios de secciones de programas, ni de avances de programación o de cualquier comunicación audiovisual que informe sobre programas o sobre productos accesorios derivados directamente de éstos, ni de comunicaciones comerciales audiovisuales.

Se admite el patrocinio de subprogramas que constituyan una unidad programática en sí mismos y se incluyan de forma autónoma en la Guía Electrónica de Programación.

Asimismo, también se admiten los patrocinios de los avances de los programas únicamente en aquellos casos en que los patrocinios formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

c) Con carácter general, la duración del patrocinio no podrá exceder de 10 segundos.

En los supuestos de concurrencia de varios patrocinadores cuya presencia venga impuesta por el titular, cedente de los derechos de emisión por formar parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir, y cuya imagen deba ser mostrada de forma independiente, su duración máxima será de 30 segundos con el límite máximo por cada espacio de patrocinio de 10 segundos.

d) El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado, o al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan, sin perjuicio de lo establecido en el tercer párrafo del apartado 2 del artículo 9 referente a la colocación de la telepromoción en las obras de ficción patrocinadas. No se admite la emisión de patrocinios durante el transcurso de los programas.

En el supuesto de existir varios patrocinadores de un mismo programa, su presencia deberá figurar agrupada en un mismo espacio de patrocinio en los momentos en que se pueda insertar, según el párrafo anterior, con la excepción establecida en el último párrafo de la letra c), en que se admiten varios espacios de patrocinio con la duración máxima de 30 segundos en las condiciones indicadas.

e) El mensaje de patrocinio debe identificar al patrocinador mediante el nombre, logotipo, símbolo, producto o servicio del mismo, que deberá reflejarse, dado que el público debe ser claramente informado de su existencia. La identificación del patrocinador puede hacerse de manera verbal, visual o de ambas formas. No obstante, a efectos de exclusión de cómputo no se admitirá ningún tipo de mensaje verbal o visual que incite directamente a la compra o arrendamiento de productos, bienes o servicios, en particular mediante referencias de promoción concretas a éstos.

No se admitirán como patrocinios los mensajes publicitarios o de televenta, ni extractos de mensajes publicitarios o de televenta, ni aquellos cuyas características y presentación sean similares a los mensajes publicitarios o de televenta. Tampoco se admitirán menciones verbales o visuales a las posibles virtudes, méritos u otras características del patrocinador o de sus productos o servicios, en particular mediante referencias concretas a éstos de carácter promocional.

2. Todos aquellos casos en los que no se respeten las condiciones anteriores determinarán que el patrocinio se compute dentro del límite máximo de los 12 minutos por hora de reloj destinado a las comunicaciones comerciales a que se refiere el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Artículo 13. *Programas en los que no se admite el patrocinio.*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 16.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, no se admitirá el patrocinio en los programas de contenido informativo de actualidad. Se entiende por programa informativo de actualidad el equivalente a un telediario o un boletín de noticias, incluidos los programas de investigación o reportajes sobre las noticias políticas o económicas de actualidad.

CAPÍTULO V

El emplazamiento de producto

Artículo 14. *Condiciones y requisitos del emplazamiento de producto.*

1. De conformidad con lo establecido en el apartado primero del artículo 17 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento, con emplazamiento de producto. A los efectos de la definición del apartado 31 del artículo 2 de dicha Ley, el emplazamiento de producto merece tal consideración cuando se realice a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

2. El emplazamiento de producto será también admisible en los casos en que no se produzca pago alguno, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, tales como ayudas materiales a la producción o premios, con miras a su inclusión en un programa siempre que estos bienes o servicios tengan valor significativo. A estos efectos, se considera que tienen un valor significativo cuando el importe de los referidos bienes y servicios incluidos en el programa sea superior en un diez por ciento a la tarifa estándar establecida para un mensaje publicitario correspondiente a la franja horaria en la que se emite el programa donde se incluyen.

El suministro gratuito de los referidos bienes y servicios incluidos en un programa no tiene la consideración de emplazamiento de producto si tales bienes o servicios no tienen un valor significativo.

CAPÍTULO VI

La comunicación comercial durante la retransmisión de acontecimientos deportivos

Artículo 15. *Emisión de comunicación comercial que interrumpe la retransmisión del acontecimiento deportivo.*

1. A los efectos de lo dispuesto en el párrafo tercero del artículo 14.4 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se considera que un acontecimiento deportivo se encuentra detenido en función de los Reglamentos oficiales que lo regulen en cada caso.

En defecto de previsión en el Reglamento que regule el acontecimiento deportivo de que se trate, en los deportes sometidos a límites temporales o a la consecución de objetivos vinculados al tiempo, no se considerará detenido un acontecimiento mientras el tiempo se esté computando en uno u otro caso. En los demás deportes no se considerará detenido el acontecimiento mientras se esté desarrollando.

2. En todo caso, cuando se produzca la interrupción del acontecimiento por la emisión de mensajes publicitarios aislados en los casos indicados, el prestador del servicio tendrá que garantizar que la retransmisión siempre se reanude cuando se reanude el juego o deporte, de forma que se garantice a los telespectadores la posibilidad de seguimiento de su desarrollo.

Artículo 16. *Inserción de comunicación comercial que no interrumpe la retransmisión del acontecimiento deportivo.*

1. Con carácter general, y a los efectos de que se garantice que el telespectador pueda seguir el desarrollo del acontecimiento deportivo, según lo previsto en el párrafo tercero del artículo 14.4 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, los mensajes publicitarios que se realicen mediante transparencias, sobreimpresiones o publicidad virtual se podrán insertar libremente siempre que su tamaño no ocupe más de una quinta parte de la pantalla.

2. En los mensajes publicitarios que se realicen mediante pantalla compartida o técnicas similares, se podrá efectuar la desconexión del audio de la narración del acontecimiento siempre que se mantenga una ventana de al menos, el 60 por ciento de la superficie de la pantalla para el seguimiento del acontecimiento. En el caso de que no se desconecte el audio de la narración del acontecimiento, la ventana para el seguimiento del acontecimiento podrá reducirse hasta un mínimo del 40 por ciento.

En todos los casos, la parte de la pantalla ocupada por la narración del acontecimiento debe quedar exenta de todo tipo de publicidad.

Artículo 17. *Disposiciones comunes.*

1. En todos los casos de emisiones de mensajes publicitarios o autopromociones durante la retransmisión de acontecimientos deportivos deberán respetarse los límites máximos de tiempo establecidos en los artículos 14.1 y 13.2 de la referida Ley General de la Comunicación Audiovisual, respectivamente.

2. En los casos en que la publicidad se lleve a cabo bajo las modalidades de transparencias o publicidad virtual, así como de locuciones verbales por parte del locutor o locutores, y también en los supuestos de pantalla compartida, deberá superponerse de forma clara y legible la indicación «publicidad» durante todo el tiempo que duren las mismas, al objeto de evitar la confusión sobre su carácter publicitario, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 14.3 de dicha Ley 7/2010, de 31 de marzo.

3. Las repeticiones de jugadas o de momentos durante la transmisión de un acontecimiento forman parte integrante de dicha retransmisión, por lo que la inserción de publicidad durante las mismas se someten a los criterios establecidos anteriormente. No se consideran incluidas en este precepto las repeticiones de jugadas emitidas durante los descansos o tras la finalización del acontecimiento.

4. La transmisión de acontecimientos deportivos en diferido estará sujeta a las mismas condiciones que los emitidos en directo siempre que se trate de la primera difusión en abierto y no hayan transcurrido más de 24 horas desde la finalización del acontecimiento. En el resto de emisiones en diferido serán de aplicación las normas generales de emisión de publicidad.

CAPÍTULO VII

Promoción de la cultura europea

Artículo 18. *Promoción de la cultura europea.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de comunicaciones electrónicas obligados por lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 5 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, podrán difundir en sus plataformas o canales espacios promocionales en los que, refiriéndose al cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción de obras europeas definida en dicho artículo, se ponga de manifiesto el apoyo a la cultura europea a través de la producción audiovisual de obras en cuya financiación hayan participado. Dichos espacios deberán separarse gráfica y acústicamente de los bloques publicitarios y en ellos deberán aparecer necesariamente las palabras "cultura europea".

Los espacios que reúnan estas condiciones no estarán sujetos a las limitaciones de tiempo de emisión establecidas en los artículos 13 y 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

§ 38

Resolución de 13 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 10 de junio de 2011 por el que se aprueba el plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
«BOE» núm. 179, de 27 de julio de 2011
Última modificación: sin modificaciones
Referencia: BOE-A-2011-12913

El Consejo de Ministros, en su reunión de 10 de junio de 2011, aprobó el plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre.

Considerando necesaria la publicidad del mencionado Acuerdo, he resuelto ordenar su publicación en el «Boletín Oficial del Estado» a cuyo efecto figura su texto a continuación.

Acuerdo del Consejo de Ministros por el que se aprueba el Plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que entró en vigor el 1 de mayo de 2010, regula en su disposición transitoria decimoquinta la digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre, estableciendo la obligación por parte del Gobierno de aprobar un Plan técnico de digitalización integral del servicio de radiodifusión sonora terrestre.

Según establece la citada disposición transitoria, el Plan de digitalización se elaborará respetando las actuales licencias audiovisuales para la prestación de los servicios de radiodifusión sonora por ondas medias (hectométricas), de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia y de radiodifusión sonora digital terrestre, que se adaptarán y transformarán dentro de la nueva tecnología digital.

Asimismo, la Ley General de la Comunicación Audiovisual establece que para la elaboración del Plan, el Gobierno promoverá la mejor concertación con los agentes del sector tanto de las telecomunicaciones, como del sector de la electrónica y del automovilístico, entre otros.

En cuanto al plazo de aprobación, la citada Ley señala que el Plan deberá aprobarse en el plazo de dieciocho meses desde la entrada en vigor del texto legal.

Finalmente, la Ley General de la Comunicación Audiovisual dispone, en relación con el Plan de digitalización de la radiodifusión sonora terrestre, que el Gobierno, presentará a la Comisión y al Consejo europeos una propuesta de coordinación de los Estados de la Unión para la digitalización global y conjunta de los servicios de radiodifusión sonora.

El presente Acuerdo tiene por objeto aprobar el Plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre para dar cumplimiento al mandato legal recogido en la disposición transitoria decimoquinta de la Ley General de la Comunicación Audiovisual.

Uno de los objetivos fundamentales de las actividades de planificación y gestión del espectro radioeléctrico es el conseguir un uso lo más eficiente posible del mismo. La introducción de las nuevas tecnologías de carácter digital constituye un elemento clave para conseguir este objetivo, al precisar de menor cantidad de espectro para proporcionar un determinado servicio que el que el que se precisa utilizar con tecnología analógica. De este modo, se mejora la variedad y calidad de los servicios que se pueden prestar. La digitalización de la radio hará posible el aprovechamiento de las múltiples ventajas que la tecnología digital ofrece tanto a usuarios como a radiodifusores.

Desde el punto de vista de los prestadores del servicio, la tecnología digital permite configurar redes de frecuencia única, haciendo posible la recepción de un programa en la misma frecuencia a distintos niveles territoriales (país, región…). La utilización de la red de frecuencia única puede ser óptima para la cobertura de grandes territorios, en cambio la cobertura local puede requerir de una planificación multifrecuencia donde se utilice la señalización de frecuencia alternativa, para mantener la recepción de una red de emisoras específica.

La tecnología digital también permite un uso más eficiente del espectro radioeléctrico y conseguir una mayor cobertura, así como ofrecer una mayor cantidad y diversidad de contenidos. De esta forma, podrán ofrecer programas segmentados, dirigidos a audiencias más definidas, lo que posibilita la aparición de nuevos modelos de negocio.

Por lo que se refiere a las ventajas que esta tecnología va a reportar a los usuarios, la radio digital supone una mejora de la calidad global de la recepción, entendida no sólo como una mejora de la percepción de la calidad de la señal sonora, sino también como la ausencia de problemas de multitrayecto (vehículos en movimiento) e interferencia entre emisoras. Además, con la posibilidad de utilizar redes de frecuencia única se evita, de un modo definitivo, la necesidad de cambiar de frecuencia del dial para oír el mismo programa en distintas zonas geográficas. De esta forma se consigue una calidad uniforme, que no depende del tipo de modulación utilizada como ocurre en la radio analógica con AM y FM.

Por otra parte, los usuarios de la radio digital además de disponer de una mayor oferta de programas también podrán acceder a servicios mejorados (con nuevas funcionalidades) o a nuevos servicios (transmisión de datos o servicios interactivos) y formatos (texto, imágenes).

En España se iniciaron emisiones de radio digital de forma regular, con tecnología DAB, en el año 2000, manteniéndose desde esta fecha hasta la actualidad 18 programas de ámbito nacional. No obstante, el mantenimiento de estas emisiones no se ha traducido hasta el momento en un incremento del parque de receptores digitales ni por lo tanto del número de oyentes de radio digital. Asimismo, se han realizado en España por parte de radiodifusores públicos y privados, diversas pruebas con tecnología DRM. También se han realizado emisiones regulares en la banda de Onda Media desde 2005 y en Onda Corta desde el año 2007, por parte del radiodifusor público de ámbito estatal. Todas estas pruebas pueden constituir una base para progresar en esta materia.

En cumplimiento del mandato legal establecido en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se aprueba ahora el Plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre.

En la elaboración del presente Plan se ha contado con la participación y aportaciones de los agentes interesados tanto del sector de la radiodifusión sonora, como de las telecomunicaciones y de la industria en general. De hecho, el Foro de la Radio Digital, asociación que engloba a licenciatarios del servicio de radiodifusión sonora terrestre, operadores de telecomunicaciones, fabricantes, y otros agentes del sector ha asumido el cumplimiento de una serie de compromisos necesarios para el adecuado desarrollo del Plan de Digitalización.

El Plan de digitalización comprende la adopción de una serie de medidas que pueden agruparse en cinco ámbitos:

1) Modificación del Plan Técnico de la Radiodifusión Sonora digital terrestre. Esta modificación se llevará a cabo mediante la aprobación de un real decreto que tiene como

objetivo fundamental garantizar la continuidad del servicio de radiodifusión sonora digital terrestre dotando a los licenciatarios del mismo de una mayor flexibilidad que le permita adaptarse a la realidad de mercado sin poner en peligro la viabilidad económica en las circunstancias actuales.

2) Realización de un estudio sobre la posible redistribución de los programas de los operadores en cada uno de los múltiples actuales.

3) Realización de actividades de impulso y promoción de la radio digital.

4) Realización de pruebas piloto al objeto de evaluar la viabilidad técnica de la digitalización de la radio analógica en onda media y modulación de frecuencia con el uso de tecnologías DRM/DRM+.

5) Realización de un estudio sobre las condiciones y requisitos necesarios para el establecimiento de una fecha para el apagado analógico de la radiodifusión sonora terrestre.

Las medidas que se incluyen en este Plan tienen como punto de partida el análisis de la situación actual de radio digital en España y tienen en cuenta las tendencias y las medidas que se están llevando a cabo en los diferentes países de la Unión Europea, de manera que las medidas que se incluyen puedan contribuir a la adopción de una estrategia común para la radio digital en Europa que facilite su implantación efectiva y aporte certidumbre a los sectores implicados en este mercado.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, el Consejo de Ministros, en su reunión del día 10 de junio de 2011 acuerda:

Primero.

Aprobar el Plan de digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre, en los términos que se detallan a continuación.

El citado Plan de digitalización incluye inicialmente las cinco siguientes medidas:

1. Modificación del Plan técnico nacional de la radiodifusión sonora terrestre, aprobado mediante el Real Decreto 1287/1999, de 23 de julio.

Esta modificación, que se llevará a cabo mediante la aprobación de un Real Decreto, tiene como objetivos:

a) Establecer expresamente el principio de neutralidad tecnológica de manera que se pueda realizar la migración a la tecnología DAB+, en línea con los acuerdos adoptados por los agentes del sector en España, así como con las iniciativas que se están llevando a cabo en otros países de la Unión europea.

b) Modificar las exigencias de cobertura para facilitar la implantación de la nueva tecnología.

Se reduce, transitoriamente, la obligación de cobertura del 50% de la población, al 20%. Se establece un plazo de 1 año desde la aprobación del real decreto, en el cual deberá proporcionarse esta cobertura del 20% con tecnología DAB+, que deberá ser similar a la cobertura existente en FM (interiores, túneles, etc.), en aquellas zonas en las que se proporcione.

2. Estudio de la posible redistribución de los programas de los operadores en cada uno de los múltiples actuales.

Esta medida tiene como objetivo permitir, en su caso, la agrupación de aquellos operadores que tengan objetivos comunes en su estrategia de impulso de la radio digital, de manera que puedan presentar una oferta conjunta, armónica, complementaria y no competitiva entre sí de los programas del múltiple, con oferta programática distinta de la de la radio analógica, lo que puede suponer un lógico aliciente para la radio digital de cara a los oyentes.

La Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información estudiará las propuestas de redistribución de programas que presenten los titulares de licencias del servicio de radiodifusión sonora digital terrestre de ámbito nacional.

3. Actividades de promoción e impulso de la radio digital.

La reducción de las obligaciones de cobertura va acompañada de la obligación de proporcionar una cobertura real (similar a la existente en FM) en las zonas en las que se

provea dicha cobertura, y de la introducción de un nuevo estándar tecnológico. Estas medidas tienen como objetivo concentrar los esfuerzos de introducción de la radio digital en zonas en las que se pueda disponer de las condiciones necesarias para llevar a cabo actividades de promoción e impulso de la radio digital.

Las actividades de promoción e impulso de la radio digital que se detallan a continuación se llevarán a cabo teniendo en cuenta a todos los sectores afectados: operadores, fabricantes, empresas de distribución, fabricantes de automóviles, etc., y tendrán como principales objetivos:

– Incrementar la oferta de aparatos receptores (una vez despejadas las incertidumbres tecnológicas), y teniendo en cuenta además de los receptores portátiles, otros dispositivos como equipos de música, autorradios, teléfonos móviles, MP3, MP4, etc.

– Conseguir que exista programación por parte de las entidades concesionarias de licencias de radio digital terrestre de contenidos de calidad y diferenciados respecto de los que se emiten en la actualidad en la radio analógica y, además, que aprovechen las ventajas que ofrece la tecnología.

– Buscar acuerdos con la industria del automóvil para que los vehículos incluyan sistemas capaces de sintonizar la radio digital. Esta medida debe ir acompañada del despliegue de la red para proporcionar cobertura en las vías de comunicación mas importantes (autopistas, autovías,…).

En particular se asumen, por el Foro de la Radio Digital, los siguientes compromisos para contribuir al relanzamiento del servicio de radio digital:

– Desarrollar el estándar DAB+ como sustituto al DAB actualmente utilizado.

– Desarrollar a través del sistema DAB+ y gracias al MPEG Surround, la posibilidad de emisión con sonido multicanal con la mejora de calidad que ello supone, en especial en la emisión de determinados eventos (conciertos, eventos deportivos, etc.).

– Impulsar el desarrollo de acuerdos con el sector de la Automoción para la incorporación de receptores de radio digital en los vehículos.

– Una vez despejadas las incertidumbres tecnológicas en relación con los estándares a utilizar, la industria fabricante de Electrónica de Consumo llevará a cabo las actuaciones adecuadas que posibiliten la existencia en el mercado de una oferta apropiada de receptores de radio digital de diferentes tipos y aplicaciones. Asimismo facilitarán el proceso de comercialización de terminales a través de los diferentes canales de distribución.

– Los operadores titulares de licencias del servicio de radio digital de ámbito nacional, promoverán la provisión de programación específica para la radio digital.

4. Realización de pruebas piloto.

La Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, conjuntamente con los operadores titulares de licencias de radiodifusión sonora digital terrestre evaluarán los resultados de las pruebas piloto realizadas hasta el momento, y de acuerdo con las conclusiones alcanzadas elaborarán un plan de pruebas piloto a realizar, que tendrán como objetivo evaluar la viabilidad técnica de la digitalización de la radio analógica en onda media y frecuencia modulada con el uso de tecnologías DRM/DRM+. En particular se evaluará la conveniencia de llevar a cabo las siguientes actuaciones:

– Continuar con la pruebas para la digitalización de la onda media con tecnologías DRM, estableciendo un Plan de pruebas con objetivos concretos.

– Comenzar a realizar pruebas para evaluar la viabilidad de la digitalización de la FM con tecnologías DRM+.

– Evaluar la configuración de red con tecnología DAB+, necesaria para proporcionar una cobertura similar a la actualmente existente en AM y FM, con especial incidencia en la cobertura de interiores, túneles y vías de comunicación.

5. Realización de un estudio sobre las condiciones y requisitos necesarios para el establecimiento de una fecha para el apagado analógico de la radiodifusión sonora terrestre.

La Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, con la colaboración del Foro de la Radio Digital realizará un estudio de carácter técnico, para

evaluar las condiciones que deben darse para el establecimiento de una fecha para el apagado analógico.

En este estudio se evaluarán las condiciones para reubicar en digital las actuales licencias de radiodifusión sonora terrestre con tecnología analógica.

Segundo.

Presentar a la Comisión Europea y al Consejo Europeo el Plan de digitalización de la radiodifusión sonora terrestre en cumplimiento de lo dispuesto en la disposición transitoria decimoquinta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.