

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD RELACIONADA CON LA SALUD EN ANDALUCÍA Y EL PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS

Mediante el presente Decreto, se concreta en el ámbito andaluz la regulación de la publicidad relacionada con la salud, desde la perspectiva de su control, con la necesaria participación de los Colegios Profesionales en esta materia, respondiendo a la proposición no de ley aprobada por el Parlamento de Andalucía con fecha 4 de febrero de 2016 se insta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, que insta a desarrollar las competencias legales y estatutarias que tiene encomendadas en orden a implantar una adecuada regulación y control de la publicidad de productos, actividades y servicios sanitarios en Andalucía, así como a potenciar, en el ámbito de las competencias de la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de salud pública y consumo, la inspección de las actividades de publicidad sanitaria y finalmente establecer los cauces más adecuados de colaboración con los colegios profesionales sanitarios de Andalucía, así como con aquellos organismos que representen a los consumidores, con el fin de participar, en el ámbito de sus competencias, en el adecuado control de la citada publicidad de carácter sanitario.

Dicha materia se considera relevante, pues en el marco de la ordenación sanitaria, la publicidad que tiene como finalidad la promoción de productos, servicios o establecimientos relacionados con la salud reviste un especial interés por cuanto se sitúa entre los intereses de competencia económica, legítimos en una sociedad de libre mercado y por tanto relacionado con el artículo 38 de la Constitución Española, y la protección de la salud, vinculada directamente con el artículo 43 de la misma.

La realidad es que en los últimos veinte años la actividad publicitaria ha cambiado radicalmente en el mundo, y lo que antes se limitaba a publicidad gráfica en medios de comunicación o carteles públicos o a publicidad soportada por un número muy limitado de canales de radio y televisión, ha experimentado una expansión inaudita. En primer lugar por la multiplicación exponencial de canales de radio y televisión que soportan actividades publicitarias, y en segundo lugar, por la irrupción de internet como un espacio privilegiado para la difusión de publicidad con fines comerciales, reforzada recientemente por las posibilidades que se abren a este mundo por las redes sociales, que permiten una personalización de los mensajes y las dianas publicitarias. A la diversidad de soportes y canales para la difusión de la publicidad, se une una mayor conciencia social sobre la salud y los autocuidados, lo que hace de estos aspectos un importante reclamo publicitario que se convierten en el centro de muchos mensajes para la venta de productos, que no siempre están respaldados por el necesario elemento de veracidad que las leyes reclaman en materia de publicidad y especialmente la relacionada con la salud.

Como explica la parte expositiva del Decreto, éste tiene como fin que la publicidad se ajuste a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud de las persona, evitar la publicidad engañosa y desleal, así como garantizar, de forma efectiva, que se cumplan no solo los requisitos sanitarios en la venta y distribución de servicios y productos sanitarios, sino también los de publicidad y propaganda de estos servicios, con el objetivo de que se ajusten a criterios de veracidad, evitando que se incurra en publicidad engañosa y desleal, limitando todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la salud y actuando en prevención de situaciones de fraude y/o intrusismo profesional.

Esta norma se ajusta al resto de la normativa sanitaria, como es la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que dispone en su artículo 27 que las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, realizarán un control de la publicidad y propaganda comerciales para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que atañe a la salud y para limitar todo aquello que pueda constituir un perjuicio para la misma, con especial atención a la protección de la salud de la población más vulnerable. Y su artículo 30.1 dispone además que todos los centros y establecimientos sanitarios, y en concreto las actividades de promoción y publicidad, estarán sometidos a la inspección y control por las Administraciones Sanitarias competentes. Recogiendo por otro lado, el artículo 44 de la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias, la publicidad del ejercicio profesional privado de las mismas. En consonancia con todo ello, la Ley 33/2011, de 4 de octubre General de salud Pública, en su artículo 18.3 dispone que 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. No menos importante resulta el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, que de manera detallada establece una serie de obligaciones y límites en relación a distintos ámbitos sectoriales relacionados con la salud, siendo plenamente coherente los establecidos en el presente Decreto, con los establecidos en la normativa anterior.

Además, esta materia se enmarca, de manera coherente, dentro de normativa general sobre publicidad, como es la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que permite regular la publicidad de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas y, en concreto, la forma y condiciones de difusión de los mensajes publicitarios. En el ámbito audiovisual, la publicidad es además abordada en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Cabe recordar por otro lado, la previsión contenida en la Ley 13/2003, de 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, que dispone que para la justa protección y adecuada satisfacción de los legítimos intereses de los consumidores, los órganos competentes de la Administración de la Junta de Andalucía adoptarán las medidas precisas para solicitar de los órganos y autoridades competentes, encargados de controlar y sancionar la actividad publicitaria, el efectivo ejercicio de sus funciones conforme a la legislación vigente, de modo que los consumidores sean destinatarios de una publicidad sujeta a los principios de legalidad, veracidad y autenticidad

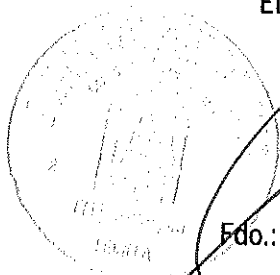
Además de tratar sobre los principios generales aplicables a este tipo de publicidad (sin perjuicio de lo que dispongan las restantes normas), se modifica el Decreto 69/2008, en el sentido de reforzar la responsabilidad de los titulares de los centros sanitarios en su compromiso porque su publicidad se ajuste a la presente normativa. Y se procede a regular un procedimiento que estaba falta de desarrollo reglamentario, como es la publicidad de productos sanitarios, prevista en la normativa estatal.

Las competencias que se abordan en este Decreto corresponden a la Consejería de Salud, disponiendo la Ley 2/1998, de 15 de junio, de Salud de Andalucía, en su artículo 19 dispone que la Administración Sanitaria de la Junta de Andalucía, en el marco de sus competencias, realizará entre otras actuaciones las de inspeccionar y controlar los centros, servicios y establecimientos sanitarios de Andalucía, así como sus actividades de promoción y publicidad. Siendo destacable en este aspecto, la Ley 16/2011, de 23 de diciembre, de Salud Pública de Andalucía, que en su artículo 60 incluye entre las prestaciones de salud pública la del control sanitario de la publicidad en el marco de la normativa vigente.

Asimismo, el artículo 78, que trata sobre la intervención administrativa en protección de la salud pública, dispone que las Administraciones públicas de Andalucía, en el marco de sus respectivas competencias y con la finalidad de proteger la salud de la población y prevenir la enfermedad, podrán controlar la publicidad y la propaganda de productos y actividades que puedan tener incidencia sobre la salud, con la finalidad de ajustarlas a criterios de veracidad y evitar todo aquello que pueda suponer un perjuicio para la salud. Y que la Consejería con competencias en materia de salud llevará a cabo las acciones necesarias para que la publicidad y la propaganda comerciales 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 énfasis en la publicidad y comercialización de productos por vía telemática.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO



Edo.: Martín Blanco García

MEMORIA ECONÓMICA del Proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios.

A los efectos previstos en la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y en el Decreto 162/2006, de 12 de septiembre, por el que se regulan la memoria y el informe con incidencia económico-financiera, se elabora la presente memoria económica del proyecto de disposición citado en el encabezamiento.

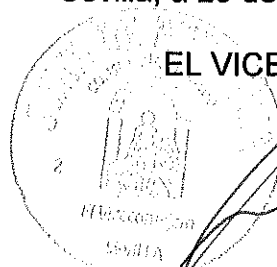
La aplicación del Decreto de referencia se llevará a cabo con los medios materiales y personales actualmente existentes y los que en su día se doten con cargo al presupuesto aprobado para la Consejería de Salud en el programa correspondiente.

Por lo que se refiere al control de la publicidad, es el mismo que actualmente se realiza; en lo que se refiere al procedimiento de publicidad de productos sanitarios, en la actualidad existe el mismo si bien no cuenta con una regulación procedimental expresa por lo que se aplica la normativa de procedimiento administrativo común; y será en el marco de la implantación del Registro Electrónico Único de Andalucía conforme a los plazos previstos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, donde tendrá lugar la materialización de la vía electrónica para la tramitación del procedimiento, por lo que la entrada en vigor del Decreto no va a generar gasto adicional en lo que respecta al aspecto tecnológico.

En lo que respecta a la Comisión, el funcionamiento de la misma será atendido con los medios materiales y de recursos humanos de la Consejería con competencias en materia de salud.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO



Fdo: Martín Blanco García

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD RELACIONADA CON LA SALUD EN ANDALUCÍA Y EL PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS.**VALORACIÓN DE CARGAS ADMINISTRATIVAS**

De conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 1/2008, de 27 de noviembre, modificado modificando la letra a del apartado 1 del artículo 45 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sobre la necesidad, cuando proceda, de realizar una valoración de las cargas administrativas derivadas de la aplicación de la norma para la ciudadanía y las empresas, se considera que este proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios, establece una obligaciones lógicas en su artículo 4, siendo además proporcionados los trámites previstos en el procedimiento de autorización de publicidad sanitarios, pues en el mismo se exige la documentación esencial que se le puede pedir a cualquier anunciante, como es la "memoria descriptiva de la actividad publicitaria que se pretende desarrollar donde consten, al menos, los objetivos y resultados que se esperan obtener, el público diana de la publicidad de los productos sanitarios, los medios que se van a desplegar, los mensajes y el sustento científico o las pruebas que demuestran la veracidad relacionada con la salud de dicha campaña y de sus mensajes, así como de los textos, imágenes, grabaciones, modelos y demás datos que se consideren oportunos".

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO

Fdo.: Martín Blanco García

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD RELACIONADA CON LA SALUD EN ANDALUCÍA Y EL PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS.**INFORME SOBRE EL IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 24.1 b) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, modificado por la Ley 30/2003, de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el Gobierno, se considera que este proyecto de orden no supone, ni en el fondo ni en la forma, impacto de género alguno que pudiera favorecer situaciones de discriminación de género. El Proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios, no trata sobre la perspectiva de género de la publicidad, que ya se encuentra en otras normas como la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía. Cabiendo recordar por otro lado que el Instituto Andaluz de la Mujer puso en marcha en junio de 2003 el Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista, en cumplimiento de los objetivos de igualdad y de respeto a la dignidad de las mujeres.

Ninguna de las previsiones del proyecto establece ningún tipo de alusión, preferencia, prioridad, ventaja, prelación o diferencia alguna en razón del sexo, esta norma sólo pretende determinar actuaciones objetivas en relación a la publicidad desde la perspectiva estrictamente sanitaria.

En lo que respecta a la composición de la Comisión que se regula, se respetan las reglas de paridad recogidas en la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO

Fdo.: Martín Blanco García

**MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA EVALUACIÓN DEL IMPACTO POR RAZÓN DE
LOS DERECHOS DE LA INFANCIA**

**Proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en
Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios**

El proyecto de Decreto que se propone, referido a la publicidad, no afecta a las personas menores de edad.

No obstante lo anterior, como destinatarios de la publicidad que tenga relación con la salud, repercutirá favorablemente en los niños y niñas andaluces al igual que los restantes usuarios, que se van a ver beneficiados de las garantías y control establecidos en esta materia, sin que por otro lado repercuta en otros aspectos de los derechos de la infancia.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO

Fdo.: Martín Blanco García

CRITERIOS PARA DETERMINAR LA INCIDENCIA DE UN PROYECTO DE NORMA EN RELACIÓN AL INFORME PRECEPTIVO PREVISTO EN EL ARTÍCULO 3.i) DE LA LEY 6/2007, DE 26 DE JUNIO, DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA DE ANDALUCÍA

Organismo (Consejería o Entidad local):	
Centro Directivo proponente:	
Título del proyecto normativo:	
Titular del Centro Directivo:	
Fecha de remisión:	
Email contacto:	

Evaluación previa de la necesidad de informe		
<p>Para establecer si el proyecto de norma tiene incidencia en las actividades económicas, en la competencia efectiva y en la unidad de mercado, y determinar si es necesario solicitar el preceptivo informe, debe analizarse y contestarse en primer lugar a la siguiente pregunta.</p>		
	Si	No
¿La norma prevista regula una actividad económica, sector económico o mercado?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>En el supuesto de que esta respuesta sea negativa, este formulario será debidamente suscrito por el titular del Centro Directivo, se incorporará al expediente y se continuará con la tramitación de la norma.</p>		
<p>En el supuesto de que la respuesta sea afirmativa, debe analizarse y contestarse a la siguiente pregunta:</p>		
	Si	No
¿La norma prevista, considerando los criterios del Anexo II, incide en la competencia efectiva, en la unidad de mercado o en las actividades económicas, principalmente, cuando afecten a los operadores económicos o al empleo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>En el supuesto de que esta respuesta sea negativa, este formulario será debidamente suscrito por el titular del Centro Directivo, se incorporará al expediente y se continuará con la tramitación de la norma.</p>		
<p>En el supuesto en el que, por aplicación de los criterios del Anexo II, se determine que el proyecto normativo tiene incidencia, el centro directivo encargado de la tramitación del proyecto normativo solicitará a la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía la emisión del referido informe preceptivo, de conformidad con lo previsto en el apartado segundo de esta Resolución del Consejo de Defensa de Competencia de Andalucía.</p>		
<p>Sevilla, a 29 de septiembre de 2016</p>		

EL VICECONSEJERO
Fdo.: Martín Blanco García

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD RELACIONADA CON LA SALUD EN ANDALUCÍA Y EL PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS.

INFORME SOBRE RESTRICCIONES A LA LIBERTAD DE ESTABLECIMIENTO O A LA LIBRE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios no establece restricciones ni a la libertad de establecimiento, ni a la libre prestación de servicios.

Su objetivo es la regulación de qué requisitos se exige al contenido de la publicidad desde la perspectiva sanitaria y la regulación del procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios en aquellos casos donde según la normativa estatal la competencia para resolver la tiene la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin establecer ningún requisito o restricción de los contemplados en la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016

EL VICECONSEJERO

Edo.: Martín Blanco García

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD RELACIONADA CON LA SALUD EN ANDALUCÍA Y EL PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SANITARIOS.**RELACIÓN DE ENTIDADES PARA TRÁMITE DE AUDIENCIA.**

Analizado el contexto de la publicidad relacionada con la salud en Andalucía, se considera que las entidades a las que hay que otorgar el trámite de audiencia, son las siguientes:

1) Confederación de Empresarios de Andalucía.

La Confederación de Empresarios de Andalucía, conforme a sus Estatutos, aprobados por la Junta Directiva del 11 de diciembre de 2014, es una organización empresarial, de carácter confederativo e intersectorial, cuyo ámbito es la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin ánimo de lucro, constituida para la coordinación, representación, gestión, fomento y defensa de los intereses empresariales, generales y comunes, que está dotada de personalidad jurídica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines.

2) Organizaciones Sindicales SATSE, CSIF, FASPI/SMA, CCOO y UGT.

Las Organizaciones Sindicales SATSE, CSIF, FASPI/SMA, CCOO y UGT son las que integran la Mesa Sectorial de Sanidad conforme a las elecciones sindicales realizadas en diciembre de 2014 en los centros sanitarios del SAS.

3) Consejos Andaluces de Colegios Profesionales Sanitarios de médicos, farmacéuticos, dentistas y veterinarios:

Los Consejos Andaluces de Colegios Profesionales Sanitarios de médicos, farmacéuticos, dentistas y veterinarios, que son los representados en la Comisión Asesora Andaluza de Publicidad relacionada con la salud. Dichos Consejos están regulados en:

- Orden de 14 de septiembre de 2011, por la que se aprueba la modificación de los Estatutos del Consejo Andaluz de Colegios de Médicos.
- Orden de 9 de octubre de 2013, por la que se aprueba la modificación de los Estatutos del Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios.
- Orden de 16 de junio de 2014, por la que se aprueba la modificación de los estatutos del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Cádiz y se dispone su inscripción en el Registro de Colegios Profesionales de Andalucía.
- Decreto 203/1999, de 28 de septiembre, por el que se crea el Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Odontólogos y Estomatólogos y Decreto 87/2006, de 11 de abril, por el que se aprueba el cambio de denominación del Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Odontólogos y Estomatólogos (que pasa a llamarse de Dentistas).

4) Los Colegios Profesionales señalados en este apartado para el trámite de audiencia se corresponden con otras profesiones sanitarias, de nivel distinto a Licenciado, conforme a la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias. Se considera que pueden tener interés por cuanto se cita a los Colegios Profesionales en el Observatorio contemplado en la Disposición Adicional. Esos Colegios son los siguientes:

Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Enfermería.
Colegio Profesional de Fisioterapeutas de Andalucía.
Colegio Profesional de Podólogos de Andalucía.
Colegio Oficial de Opticos-Optometristas de Andalucía.

ACUERDO DE INICIO

Visto el proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios, de conformidad con lo establecido en el artículo 45.1.a) de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, esta Consejería de Salud

ACUERDA

INICIAR el procedimiento de elaboración del proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios.

Sevilla, a 29 de septiembre de 2016
AQUILINO ALONSO MIRANDA
El Consejero de Salud



ACUERDO DE APERTURA TRÁMITE DE AUDIENCIA E INFORMES

Visto el Acuerdo del Consejero de Salud de fecha 29 de septiembre de 2016, por el que se inicia el procedimiento de elaboración del proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios, examinado el mismo y la documentación que lo acompaña, y habida cuenta que su contenido afecta a los derechos e intereses legítimos de la ciudadanía

Esta Secretaría General Técnica, de conformidad con el artículo 45.1.c) de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía

ACUERDA

PRIMERO: La apertura del trámite de audiencia del proyecto de Decreto por el que se regula la publicidad relacionada con la salud en Andalucía y el procedimiento de autorización de publicidad de productos sanitarios.

SEGUNDO: Conceder un plazo de 15 días a las entidades que se relacionan en el Anexo del presente Acuerdo, para que puedan emitir su parecer en razonado informe.

TERCERO: Solicitar a los organismos que se relacionan en el Anexo del presente Acuerdo, los informes que se establecen en las disposiciones que los regulan y en los plazos previstos en las mismas.

EL SECRETARIO GENERAL TÉCNICO

Código Seguro De Verificación:	b0TJ1FG91gZFLascO+su4g==	Fecha:	11/11/2016
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Angel Serrano Cugat		
Url De Verificación	https://ws058.juntadeandalucia.es/verifirma/code/b0TJ1FG91gZFLascO+su4g=	Página	1/1



A N E X O

I. RELACIÓN DE ENTIDADES A LAS QUE SE LES CONCEDE AUDIENCIA

1. Comisiones Obreras (CCOO - Andalucía).
2. Unión General de Trabajadores (UGT - Andalucía).
3. Central Sindical Independiente y de Funcionarios (CSI-CSIF - Andalucía).
4. Sindicato Médico Andaluz (SMA).
5. Sindicato de Enfermería (SATSE – ANDALUCIA)
6. Federación Andaluza de Sindicatos Profesionales Independientes (FASPI).
7. Confederación de Empresarios de Andalucía.
8. Consejo Andaluz de Colegios de Médicos.
9. Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Veterinarios.
10. Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Dentistas.
11. Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Farmacéuticos.
12. Consejo Andaluz de Enfermería.
13. Ilustre Colegio Profesional de Fisioterapeutas de Andalucía.
14. Colegio Profesional de Podólogos de Andalucía.
15. Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía.
16. Colegio Oficial de Logopedas de Andalucía.
17. Colegio Profesional de Dietistas-Nutricionistas de Andalucía.
18. Colegio Profesional de Protésicos Dentales de Andalucía.
19. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Oriental.
20. Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental.
21. Colegio Oficial de Biólogos de Andalucía.
22. Ilustre Colegio Oficial de Químicos de Huelva.
23. Ilustre Colegio Oficial de Químicos de Sevilla.
24. Colegio Oficial de Físicos.
25. Real Academia de Medicina y Cirugía de Sevilla.
26. Real Academia de Medicina y Cirugía de Andalucía Oriental.
27. Real Academia de Medicina y Cirugía de Cádiz.
28. Asociación Española de Agencias de Publicidad de Salud.

II. RELACIÓN DE ORGANISMOS A LOS QUE SE LES SOLICITA INFORME

1. Secretaría General para la Administración Pública de la Consejería de Hacienda y Administración Pública.
2. Dirección General de Planificación y Evaluación de la Consejería de Hacienda y Administración Pública.
3. Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Administración Pública.
4. Dirección General de Infancia y Familias de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales.
5. Consejo Andaluz de Gobiernos Locales.
6. Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía.
7. Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarías de Andalucía.
8. Consejo Audiovisual de Andalucía.
9. Unidad de Igualdad de Género de la Consejería de Salud.
10. Gabinete Jurídico de la Junta de Andalucía.

