

COMUNICADO INSTITUCIONAL

PUBLICIDAD, DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE ACTIVIDADES MÉDICO VETERINARIAS

El Colegio Médico Veterinario de la Provincia de Catamarca recuerda a todos los profesionales matriculados que **toda publicidad, difusión, promoción o comunicación pública que involucre la prestación de servicios propios de la medicina veterinaria debe observar las disposiciones de la Ley Provincial N.º 3943, el Estatuto Reglamentario y el Código de Ética Profesional**, garantizando una comunicación seria, transparente y que permita identificar adecuadamente al profesional responsable de la intervención.

Estas pautas resultan aplicables cualquiera sea el medio empleado para la difusión y con independencia de quién organice la actividad: publicaciones en redes sociales, flyers, cartelería, medios gráficos, radiales o digitales, páginas web, mensajería instantánea, campañas comunitarias, jornadas sanitarias, actividades organizadas por asociaciones civiles, fundaciones, entidades proteccionistas, municipios, empresas, establecimientos comerciales, instituciones públicas o privadas o cualquier otra modalidad mediante la cual se anuncien u ofrezcan prestaciones médico-veterinarias.

La intervención profesional y su comunicación pública no constituyen ámbitos desvinculados. **Cuando una actividad difundida públicamente comprende actos propios de la medicina veterinaria, la comunicación debe permitir conocer de manera clara quién es el profesional responsable de la prestación anunciada.**

MARCO NORMATIVO

El **artículo 38 del Decreto-Ley Provincial N.º 3943/83** comprende dentro del ejercicio profesional de la medicina veterinaria tanto la realización como el ofrecimiento de servicios que requieran conocimientos propios del título universitario correspondiente.

Asimismo, el **artículo 40 de la Ley N.º 3943/83**, al establecer prohibiciones vinculadas con el ejercicio profesional, contempla la captación de clientela mediante medios incompatibles con la dignidad profesional y regula los avisos profesionales susceptibles de inducir a engaño a los usuarios.

Por su parte, el **artículo 1.º del Código de Ética Profesional** establece el deber de los médicos veterinarios de respetar sus disposiciones y ajustar su conducta y actuación profesional a sus principios, mientras que el **artículo 2.º inciso a)** exige el cumplimiento de las leyes, reglamentos y demás disposiciones aplicables, incluidas las resoluciones y reglamentaciones emanadas del Colegio Médico Veterinario de la Provincia de Catamarca.

Particular relevancia reviste el **artículo 7.º del Código de Ética Profesional**, que dispone que la publicidad sobre la labor profesional de los médicos veterinarios deberá efectuarse recurriendo a medios que aseguren **la seriedad de las comunicaciones, evitando el estilo de propaganda comercial**.

El **Estatuto Reglamentario**, integrado al sistema normativo profesional, remite asimismo a las obligaciones impuestas a los médicos veterinarios por la Ley N.º 3943/83 y establece las funciones institucionales necesarias para el adecuado gobierno y fiscalización del ejercicio profesional.

IDENTIFICACIÓN DEL PROFESIONAL RESPONSABLE

Cuando una campaña, jornada, promoción, actividad comunitaria o cualquier otra iniciativa objeto de publicidad comprenda **actos propios o incumbencias de la medicina veterinaria**, deberá encontrarse claramente identificado el profesional médico veterinario responsable de la prestación.

A tales efectos, la comunicación deberá consignar, como mínimo:

- **Nombre y apellido del médico veterinario responsable.**
- **Número de matrícula profesional.**
- **Identificación clara de la prestación médico veterinaria ofrecida.**
- **Lugar de realización de la actividad, cuando corresponda**

La finalidad de esta identificación no es meramente formal. Permite que quienes acceden a la prestación conozcan quién asume la responsabilidad profesional por el acto anunciado, posibilita verificar la matriculación correspondiente y permite al Colegio ejercer adecuadamente las funciones de control y fiscalización que legalmente le han sido atribuidas.

La circunstancia de que la publicidad sea confeccionada o difundida materialmente por una asociación, fundación, agrupación, entidad proteccionista, municipio, empresa, establecimiento comercial, institución pública o privada **no desvincula necesariamente al profesional de las obligaciones éticas correspondientes a la actividad profesional que efectivamente desarrolla.**

Sin embargo, la sola existencia de una publicidad elaborada por un tercero **tampoco determina por sí misma responsabilidad disciplinaria del médico veterinario.** La eventual responsabilidad profesional deberá evaluarse en cada caso atendiendo a su efectiva intervención, conocimiento, consentimiento y vinculación con la prestación anunciada.

PUBLICIDAD, PRECIOS Y HONORARIOS PROFESIONALES

Cuando una comunicación pública incluya precios, promociones, bonificaciones o expresiones tales como "bajo costo", "precio social", "campaña económica" u otras formulaciones semejantes vinculadas con una prestación médico-veterinaria, deberá observarse especialmente el régimen profesional vigente.

El **artículo 6.º inciso e) del Código de Ética Profesional** contempla la regulación sistemática, manifiesta o encubierta, de honorarios por debajo de la escala arancelaria profesional, mientras que el **artículo 8.º** establece que los honorarios correspondientes a los servicios profesionales deben fijarse conforme al régimen arancelario aplicable.

La Ley N.º 3943/83 atribuye, asimismo, al Colegio facultades en materia de aranceles y honorarios profesionales y establece las obligaciones correspondientes a los matriculados.

Ahora bien, cuando un establecimiento comercial, empresa,

asociación u otro tercero publicite conjuntamente **productos, medicamentos, vacunas, insumos u otros bienes y una prestación médico-veterinaria asociada**, deberá distinguirse conceptualmente el precio comercial correspondiente al producto o insumo del **honorario derivado del acto profesional médico-veterinario**.

En tales supuestos, la comunicación deberá procurar que el destinatario pueda comprender adecuadamente qué corresponde al producto o insumo ofrecido y qué corresponde, en su caso, al servicio profesional, evitando generar confusión acerca de la naturaleza y alcance de la prestación anunciada.

Del mismo modo, cuando se publicite un **precio global** que comprenda honorarios profesionales junto con medicamentos, insumos, materiales u otros conceptos, el profesional deberá encontrarse en condiciones de informar y acreditar ante el Colegio, cuando le sea requerido, cuál es el honorario correspondiente al acto médico-veterinario y su adecuación al régimen profesional vigente.

ALCANCE DE LA COMPETENCIA DEL COLEGIO

Resulta igualmente importante precisar el alcance de las facultades institucionales del Colegio.

El Colegio Médico Veterinario de la Provincia de Catamarca ejerce sus potestades de fiscalización, control y disciplina **sobre el ejercicio de la medicina veterinaria, la matrícula y la conducta profesional de los médicos veterinarios sometidos a su jurisdicción**, dentro del marco establecido por la Ley Provincial N.º 3943, el Estatuto Reglamentario y el Código de Ética Profesional.

En consecuencia, **el Colegio no constituye un organismo general de fiscalización de establecimientos comerciales, empresas, asociaciones civiles, fundaciones, entidades proteccionistas u otros terceros**, ni corresponde que sustituya las competencias propias de autoridades municipales, sanitarias, tributarias, de defensa del consumidor u otros organismos administrativos respecto de materias ajenas al ejercicio profesional veterinario.

Esta delimitación resulta particularmente relevante frente a publicidades provenientes de establecimientos comerciales.

La circunstancia de que un establecimiento publicite un medicamento, vacuna, producto, insumo o servicio comercial a determinado precio **no determina, por sí sola, la competencia disciplinaria del Colegio ni permite atribuir automáticamente una infracción al profesional que pudiera desempeñarse en dicho establecimiento.**

La intervención del Colegio corresponderá cuando esa actividad comercial **se vincule concretamente con un acto propio del ejercicio de la medicina veterinaria** y exclusivamente respecto de los aspectos profesionales sometidos a su fiscalización: identificación y matriculación del profesional actuante, responsabilidad médico veterinaria, honorarios profesionales, cumplimiento de las normas éticas y demás obligaciones inherentes al ejercicio de la profesión.

De esta manera, debe diferenciarse con claridad **la actividad comercial del establecimiento de la actividad profesional del médico veterinario**, aun cuando ambas puedan desarrollarse en un mismo espacio o ser objeto de una misma comunicación publicitaria.

Ello no impide que, cuando el Colegio tome conocimiento de hechos que pudieran corresponder a la competencia de otra autoridad, pueda efectuar las comunicaciones o derivaciones institucionales que resulten pertinentes, sin asumir competencias que legalmente no le corresponden.

RESPONSABILIDAD PROFESIONAL Y PUBLICIDAD REALIZADA POR TERCEROS

Cuando un médico veterinario acepte participar profesionalmente en una campaña, jornada, convenio, promoción o actividad organizada por terceros y dicha intervención sea objeto de publicidad, deberá procurar que su participación sea comunicada de manera compatible con las normas que rigen la profesión.

Especialmente deberá evitarse que la publicidad:

- omita la identificación del profesional responsable cuando se anuncien actos médico-veterinarios;
- genere confusión entre el precio de un producto o insumo y el honorario profesional;

- induzca a error respecto de la naturaleza o alcance de la prestación;
- presente el acto médico-veterinario bajo modalidades incompatibles con la seriedad exigida a la comunicación profesional; o
- utilice la actividad profesional como mero instrumento de una promoción comercial incompatible con las normas éticas.

El profesional que advierta que una publicidad elaborada por terceros **no refleja correctamente las condiciones de su intervención o resulta incompatible con las disposiciones profesionales** deberá requerir su adecuación y evitar consentir su utilización en términos que puedan inducir a error.

FINALIDAD SOCIAL, SANITARIA O COMUNITARIA

El Colegio reconoce la importancia de las iniciativas destinadas a promover la salud animal, la salud pública, el bienestar animal, la prevención de zoonosis y el acceso de la comunidad a la atención médico-veterinaria.

La existencia de una finalidad social, comunitaria, sanitaria, solidaria o asistencial **no resulta incompatible con el ejercicio profesional ni constituye, por sí misma, motivo de observación institucional.**

Sin embargo, tales finalidades tampoco modifican la naturaleza profesional de los actos médico-veterinarios realizados ni desplazan las obligaciones legales, sanitarias y éticas que corresponden al profesional interviniente.

Por ello, **compromiso social, accesibilidad, bienestar animal y ética profesional deben entenderse como dimensiones complementarias y no contrapuestas.**

UNA REGLA GENERAL PARA TODO EL EJERCICIO PROFESIONAL

Las presentes pautas tienen **carácter general** y no se encuentran dirigidas contra una modalidad determinada de prestación, establecimiento, asociación, institución o profesional.

Su finalidad es establecer criterios claros y uniformes que permitan proteger simultáneamente a la comunidad, a los animales destinatarios de las prestaciones, a los

profesionales matriculados y a las instituciones que participan legítimamente en actividades vinculadas con la medicina veterinaria.

El Colegio debe intervenir allí donde la Ley le atribuye competencia y, con igual responsabilidad institucional, **debe**

reconocer los límites de esa competencia cuando la cuestión corresponde a otros organismos.

La publicidad responsable, la adecuada identificación del profesional, la transparencia respecto del acto médico veterinario y el respeto por las normas éticas **forman parte del correcto ejercicio de la profesión.**

Ante cualquier duda respecto de la publicidad, difusión o promoción de una actividad que comprenda prestaciones médico-veterinarias, los profesionales podrán efectuar previamente la consulta correspondiente ante el Colegio.



Med. Vet. JOSE AVALOS
M.P. N° 1112
PRESIDENTE
COLEGIO MED. VETERINARIO
DE LA PROV. DE CATAMARCA



Med. Vet. ALBERTO PARRA
M.P. N° 1132
SECRETARIO
COLEGIO MED. VETERINARIO
DE LA PROV. DE CATAMARCA