



Proxecto de Decreto XX/XXXX, de xxxx, polo que se regula a sinalización, información, publicidade e actividades de promoción das oficinas de farmacia e boticas anexas de Galicia

A Lei 14/1986, do 25 de abril, xeral de sanidade, no seu artigo 27 ordena que as Administracións públicas, no ámbito das súas competencias, realicen *“un control da publicidade e propaganda comerciais para que se axusten a criterios de veracidade no que incumbe á saúde e para limitar todo aquilo que pode constituír un prexuízo para a mesma”*. Así mesmo, prevé a inspección e control da promoción e publicidade dos centros e establecementos sanitarios e a autorización previa da publicidade dos medicamentos e produtos sanitarios.

Tamén a Lei 34/1988, do 11 de novembro, xeral de publicidade, permite regular a publicidade dos produtos, bens, actividades e servizos susceptibles de xerar riscos para a saúde ou seguridade das persoas e concretamente *“a forma e condicións de difusión das mensaxes publicitarias”*.

Pola súa banda, o Real decreto 1907/1996, do 2 de agosto, sobre publicidade e promoción comercial de produtos, actividades ou servizos con pretendida finalidade sanitaria, dispón no seu artigo 6 que a publicidade e a información dos centros ou establecementos sanitarios, entre outros, así como dos servizos e prestacións que realizan, deberá axustarse ao contido da autorización sanitaria de tales centros ou establecementos. Calquera outro tipo de publicidade de tales centros, servizos ou establecementos requirirá a autorización previa e expresa das autoridades sanitarias.

O artigo 44 da Lei 44/2003, do 21 de novembro, de ordenación das profesións sanitarias, permite facer publicidade dos servizos e prestacións ofrecidos ao público por parte dos/das profesionais sanitarios/as, sempre que dita publicidade e información respecte as actividades e prescricións, e que sexa obxectiva, prudente, veraz, discreta e cunha linguaxe comprensible para o público ao que vai dirixida.

Contamos tamén, no eido estatal, co Real decreto 870/2013, do 8 de novembro, polo que se regula a venda a distancia ao público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano non suxeitos a prescrición médica, o cal ten por obxecto regular a venda legal ao público, realizada a distancia, de medicamentos de uso humano elaborados industrialmente e non suxeitos a prescrición médica, a través de sitios web de oficinas de farmacia. No tocante á materia que aquí nos ocupa, o citado real decreto dispón que *“non poderán realizarse*

agasallos, premios, obsequios, concursos, bonificacións ou actividades similares como medios vinculados á promoción ou venda ao público de medicamentos mediante sitios web, sen prexuízo dos descontos sobre o prezo de venda que se contemplan na normativa vixente”. Así mesmo, dispón que “a promoción e publicidade da farmacia e o seu sitio web, en calquera medio ou soporte, incluíndo a realizada en buscadores ou redes sociais, estará sometida á inspección e control polas autoridades competentes e deberá axustarse á normativa vixente aplicable. En ningún caso os nomes utilizados poderán inducir a erro ou crear falsas expectativas sobre posibles beneficios do estado de saúde”.

Tamén o Real Decreto 666/2023, do 18 de xullo, polo que se regula a distribución, prescrición, dispensación e uso de medicamentos veterinarios, resulta de aplicación aos casos de venda a distancia de medicamentos de fabricación industrial non suxeitos a prescrición veterinaria a persoas físicas ou xurídicas establecidas na Unión Europea, por parte das oficinas de farmacia e establecementos comerciais polo miúdo, autorizados consonte o seu artigo 20.

Pola súa banda, o Real decreto legislativo 1/2015, do 24 de xullo, polo que se aproba o texto refundido da Lei de garantías e uso racional dos medicamentos e produtos sanitarios, indica que non se poden ofrecer primas, obsequios, premios, concursos, bonificacións ou similares como métodos vinculados á promoción ou venda ao público de medicamentos e produtos sanitarios, e tipifica no artigo 111.2.b) 26ª como infracción grave o coartar a liberdade do usuario na elección da oficina de farmacia mediante calquera acto ou omisión.

Na Comunidade Autónoma de Galicia, o Decreto 97/1998, do 20 de marzo, que regula a publicidade sanitaria na Comunidade Autónoma de Galicia, establece uns principios mínimos aos que debe someterse a publicidade sanitaria que se desenvolva no ámbito da comunidade autónoma, promovendo que as mensaxes publicitarias con repercusión para a saúde da cidadanía sexan ordenadas e correctas. Para ese efecto, enténdese por publicidade sanitaria, de acordo co artigo 1 do dito decreto, aparte da contida no Real decreto 1907/1996, do 2 de agosto, *“calquera outra que na Comunidade Autónoma de Galicia e no ámbito da súa actividade realicen os centros, servizos e establecementos sanitario-asistenciais, os profesionais da sanidade e, en xeral, a desenvolva por calquera persoa pública ou privada no exercicio dunha actividade comercial, industrial, profesional ou doutra índole que, por calquera medio, teña como finalidade promover, de forma directa ou indirecta, a contratación de bens, actividades ou servizos susceptibles de repercutir positiva ou negativamente sobre a saúde das persoas.”*

No que se refire á regulación da publicidade e información das oficinas de farmacia de Galicia, ata a publicación do Decreto 107/2008, do 15 de maio, polo que se regula a sinalización, información e publicidade das oficinas de farmacia, existía unha gran diversidade no relativo á sinalización, identificación e información nas oficinas de farmacia en Galicia, dado que non existía unha normativa específica sobre a súa publicidade.

Coa publicación deste decreto ordénase a publicidade e a información que poden ofrecer as oficinas de farmacias e introdúcense unha serie de prescricións a fin de que as prácticas que se realicen neste ámbito respondan á condición das mesmas de establecementos sanitarios, contribuíndo a que as persoas as perciban como tal, e garantindo a súa liberdade de elección.

A publicación da Lei 3/2019, do 2 de xullo, de ordenación farmacéutica de Galicia, contempla un novo marco regulador da ordenación das farmacias na comunidade autónoma que fai necesario actualizar as directrices existentes ata o de agora en materia de publicidade e información das oficinas de farmacias, de modo que se regule o uso que estas realizan das tecnoloxías da información sen distorsionar a súa condición de establecementos sanitarios, contribuíndo a que as persoas usuarias as perciban como tal, e se garanta a súa liberdade de elección.

En concreto, a devandita lei regula no seu artigo 28 a sinalización, publicidade e promoción das oficinas de farmacia, e establece un marco normativo restritivo coa finalidade de que as actividades promocionais non interfiran no dereito de libre elección de oficina de farmacia por parte da cidadanía, prohibindo toda forma de publicidade ou actividade promocional daquelas, salvo nos casos que se determinen regulamentariamente, así como a organización de eventos ou actividades e a utilización de ferramentas que poidan implicar unha promoción da oficina de farmacia.

Desde a publicación do Decreto 107/2008, do 15 de maio, desenvolvéronse novas tecnoloxías e formas de comunicación, e publicouse unha normativa estatal que posibilita que as farmacias poidan solicitar autorización para a venda a distancia de medicamentos de uso humano e veterinario non suxeitos a prescrición, que fan necesaria unha actualización da regulación desta materia para adaptala á nova realidade.

O presente decreto ten o seu fundamento competencial no artigo 33 do Estatuto de Autonomía de Galicia, o cal establece como competencia propia da Comunidade Autónoma o desenvolvemento lexislativo e a execución da lexislación básica do Estado en materia de sanidade interior, e a execución da lexislación do Estado sobre produtos farmacéuticos, en cuxa virtude foi aprobada a Lei 3/2019, do 2 de xullo, cuxo desenvolvemento acométese aquí respecto da regulación da sinalización, publicidade e actividades de promoción das oficinas de farmacia establecidas na nosa comunidade, de conformidade co sinalado na disposición derradeira primeira.

En canto ao seu contido, o decreto conta con 8 artigos nos que, en síntese regúlanse o seu obxecto e ámbito de aplicación, as disposicións relativas á sinalización e identificación das oficinas de farmacia e boticas anexas, a información que poden ofrecer ambas, prohibicións xerais en materia de publicidade e promoción, actividades e formas de publicidade e promoción que poden levar a cabo as oficinas de farmacia, internet, redes sociais e

ferramentas de software, información e publicidade relativa ás campañas sanitarias que poden levarse a cabo nelas, e infraccións e sancións.

Completan o texto unha disposición transitoria, na cal se conceden tres meses ás persoas titulares ou cotitulares de oficinas de farmacia e boticas anexas para adaptalas ao disposto neste decreto. Engádense tamén unha disposición derogatoria, na que se derroga expresamente o Decreto 107/2008, do 15 de maio, polo que se regula a sinalización, información e publicidade das oficinas de farmacia, e dúas disposicións finais, dedicadas, respectivamente, á autorización para o desenvolvemento do decreto, e á súa entrada en vigor, que terá lugar aos vinte días da súa publicación no Diario Oficial de Galicia, en aplicación do prazo xeral de *vacatio legis* previsto no artigo 2.1 do Código Civil.

Este decreto tramitouse de conformidade coa Lei 39/2015, do 1 de outubro, do Procedemento Administrativo Común das Administracións Públicas, e coa Lei 16/2010, do 17 de decembro, de organización e funcionamento da Administración xeral e do sector público autonómico de Galicia. Realizouse un trámite de consulta pública previa, e o proxecto de decreto foi exposto a información pública no Portal de transparencia e goberno aberto da Xunta de Galicia e sometido a audiencia dos grupos ou sectores con dereitos e intereses lexítimos na materia; ao mesmo tempo, foi sometido a informe económico-financeiro da consellería competente en materia de facenda, informe de impacto demográfico, informe sobre impacto de xénero e a informe da Asesoría Xurídica Xeral.

Finalmente, no exercicio desta potestade regulamentaria, e en aras da mellora da calidade normativa, esta Administración actuou de conformidade cos principios de boa regulación, a saber, os de necesidade, eficacia, proporcionalidade, seguridade xurídica, transparencia, accesibilidade e simplicidade, descritos no artigo 37.a) da Lei 14/2013, do 26 de decembro, de racionalización do sector público autonómico.

Deste xeito, cúmprense os principios de necesidade e eficacia, ao considerarse que a aprobación deste decreto é o instrumento necesario para conseguir o obxectivo de levar a cabo unha regulación completa e actualizada, consonte coa aparición das novas tecnoloxías, das condicións nas que as oficinas de farmacia realicen a súa publicidade ou leven a cabo actividades de tipo promocional. Asemade, pretende ser unha regulación garantista respecto da salvagarda do dereito da cidadanía á libre elección de oficina de farmacia, consagrado no artigo 9.1.a) da Lei 3/2019, do 2 de xullo.

O principio de proporcionalidade considérase tamén cumprido, xa que o decreto contén a regulación imprescindible para atender á súa finalidade, optándose por un sistema que permite ás oficinas de farmacia levar a cabo actividades publicitarias e promocionais sempre e cando estas cumpran determinados requisitos. En todo caso, non se prevén cargas administrativas para estes establecementos de cara á realización deste tipo de actividades.

Préstase tamén especial atención á efectividade do principio de seguridade xurídica e de simplicidade, de maneira que todas as medidas e condicións contempladas neste decreto están debidamente coordinadas coa normativa de aplicación á materia concernida, tanto autonómica como estatal.

O principio de transparencia e accesibilidade cúmprese tamén, xa que no procedemento de elaboración do presente decreto promoveuse a máis ampla participación da cidadanía en xeral e das oficinas de farmacia e os seus colexios profesionais en particular.

Na súa virtude, por proposta do conselleiro de Sanidade, de acordo co/oído o Consello Consultivo, e despois de deliberación do Consello da Xunta na súa reunión do.....

DISPOÑO:

Artigo 1. Obxecto e ámbito de aplicación

O obxecto deste decreto é regular a sinalización, información, publicidade e actividades de promoción que realicen as oficinas de farmacia e boticas anexas da Comunidade Autónoma de Galicia.

Artigo 2. Sinalización e identificación das oficinas de farmacia e boticas anexas

1. Todas as oficinas de farmacia deberán estar sinalizadas mediante un rótulo colocado na fachada onde figure de forma visible a palabra "Farmacia" ou "botica anexa", segundo o caso.

O emprego destes dous termos alcanzará tamén a calquera outro medio ou soporte, e será de uso exclusivo para estes establecementos, quedando prohibido o seu uso por parte de persoas físicas ou xurídicas distintas da persoa titular ou cotitulares da oficina de farmacia ou botica anexa.

2. Así mesmo, as oficinas de farmacia e as boticas anexas deberán sinalizarse mediante a colocación na súa fachada dunha cruz grega ou de Malta, cun tamaño máximo de 90 x 90 cm e dotada dun dispositivo que permita a súa iluminación en cor verde.

Esta cruz manterase acendida durante o horario ordinario de atención ao público e durante o servizo de garda, e apagada fóra destes horarios e servizos, durante os que tampouco poderán permanecer iluminadas a temperatura, a data e hora ou o horario da farmacia ou botica anexa. A dita limitación afectará tamén ás pantallas dixitais ou calquera outro dispositivo luminoso instalado na oficina de farmacia ou botica anexa.

A través deste dispositivo de sinalización non poderá difundirse ningunha mensaxe fóra da información permitida no parágrafo anterior.

3. Poderán instalarse tantas cruces como número de fachadas teña a oficina de farmacia ou botica anexa cando estas dean a diferentes rúas.

No caso de que existan especiais dificultades para a localización ou visibilidade da oficina de farmacia ou botica anexa, a correspondente Xefatura Territorial da consellería competente en materia de Sanidade poderá autorizar, sen prexuízo das demais autorizacións esixibles, e a solicitude da persoa titular ou cotitulares daquela, a colocación da dita cruz nun lugar diferente á fachada.

4. Permitirase a colocación de carteis indicadores do emprazamento da oficina de farmacia ou botica anexa naqueles casos en que, por razóns de visibilidade das mesmas, resulte difícil a súa localización por parte da cidadanía. A colocación destes carteis requirirá da autorización previa da Xefatura Territorial da consellería competente en materia de Sanidade. E deberá limitarse ao ámbito territorial da zona farmacéutica da que forme parte a oficina de farmacia ou botica anexa, sen que poida facerse un uso abusivo deste dereito.

5. Cada oficina de farmacia estará sempre identificada, calquera que sexa o medio ou soporte empregado a tal fin, pola sigla de control de sanidade e o nome e apelidos do/a farmacéutico/a titular ou dos/as farmacéuticos/as cotitulares, no seu caso. Estes datos deberán figurar nun sitio visible da súa fachada.

No caso das boticas anexas deberá figurar a nome do/da farmacéutico/a titular ou cotitulares da oficina de farmacia á que estea vinculada.

Calquera outro nome comercial que non coincida co nome e apelidos da persoa titular ou cotitulares da oficina de farmacia non a identificará. Queda prohibido o uso de nomes de concellos, lugares, parroquias, accidentes xeográficos ou similares, así como os nomes que teñan relación co horario de apertura e todos aqueles que poidan inducir a erro ou xerar falsas expectativas nas persoas usuarias.

Nos casos en que, por razón de falecemento, incapacidade permanente non parcial, incapacitación xudicial ou adopción de medidas de apoio á persoa con discapacidade, ou declaración xudicial de ausencia do/da farmacéutico/a titular ou cotitulares, se tivese autorizado o nomeamento dun/unha farmacéutico/a rexente, será o nome deste/a último/a o que identificará a farmacia en todos os ámbitos, incluídos sitios web, debendo practicar os cambios e comunicacións que procedan para tal fin.

6. A cruz de identificación das oficinas de farmacia e boticas anexas será de uso exclusivo para este tipo de establecementos, quedando prohibido o uso destas cruces, ou da cor verde

nunha parte o no fondo no que se insiran as cruces, para outros establecementos distintos daqueles.

7. Ademais, poderán figurar na fachada da oficina de farmacia as palabras óptica, ortopedia, análises clínicas, audioprótese, nutrición, ou a denominación de calquera outra actividade sanitaria, no caso de que a persoa titular ou cotitulares conte/n coa correspondente autorización de funcionamento para estas actividades sanitarias nos locais da oficina de farmacia.

8. Non estará permitido publicitar, na fachada ou en calquera outro lugar visible da oficina de farmacia ou botica anexa, o nome da páxina web ou a referencia a calquera outra plataforma dixital de comunicación e intercambio de información de que dispoña.

Artigo 3. Información nas oficinas de farmacia e boticas anexas

1. Na zona de atención ás persoas usuarias, nos escaparates das oficinas de farmacia e das boticas anexas e nas pantallas instaladas dentro do local, así como nos carteis exteriores unicamente poderá figurar información relativa a produtos ou actividades dirixidas á prevención da enfermidade, promoción da saúde e uso racional do medicamento, campañas sanitarias ou programas de saúde pública organizadas polo colexio oficial de farmacéuticos da súa provincia ou outras entidades, institucións ou organismos oficiais, así como sobre medicamentos, produtos sanitarios ou produtos de venda en farmacia que teñan expresamente autorizada a súa publicidade.

Así mesmo, poderá figurar neses medios información relativa aos servizos farmacéuticos que se prestan na oficina de farmacia cuxa publicidade estea autorizada.

2. A información relativa aos horarios de atención ao público e ao servizo de garda das oficinas de farmacia e boticas anexas estará suxeita ao establecido na normativa que os regula.

3. As oficinas de farmacia que teñan autorizado o servizo de garda localizada deberán indicalo de forma visible e clara, informando do modo de acceder ao devandito servizo na fachada ou no exterior da propia oficina de farmacia.

4. As oficinas de farmacia poderán facilitar información ás persoas usuarias acerca do nivel de excelencia que alcanzasen, mediante a obtención de certificacións ou acreditacións en calidade outorgadas polo organismo competente nesta materia.

A información relativa ás acreditacións, certificacións ou catalogacións outorgadas á oficina de farmacia pola Administración sanitaria deberá ser proporcionada ás persoas usuarias con

carácter obrigatorio.

Artigo 4. *Prohibicións xerais en materia de publicidade e información*

1. A fin de limitar todo aquilo que poida favorecer o consumo de medicamentos ou produtos sanitarios, constituír un prexuízo ou xerar riscos para a saúde ou seguridade das persoas, ou interferir no dereito da cidadanía á libre elección de oficina de farmacia, queda expresamente prohibida a realización de todo tipo de publicidade ou actividade promocional, salvo nos casos recollidos no artigo seguinte.

En particular, queda prohibida a realización dos seguintes tipos de publicidade e información:

- a) A publicidade da prestación de calquera servizo profesional farmacéutico que realice a oficina de farmacia, en particular aqueles relacionados cos medicamentos, como é o caso do servizo de preparación e subministración de sistemas personalizados de dosificación.
 - b) A publicidade e información realizada a través de cartelaría, marquesiñas, medios de transporte ou calquera outro tipo de soporte, así como a realizada en eventos sociais e deportivos.
 - c) A publicidade realizada a través de medios de prensa ou calquera medio de comunicación.
 - d) A publicidade realizada a través de persoas de relevancia científica, médica, cultural ou social, así como a través da colaboración con *influencers* ou calquera outra persoa con impacto mediático.
 - e) A publicidade e información realizada mediante o envío de mensaxería, así como mediante outros servizos de *newsletter* ou similares.
 - f) A publicidade de calquera tipo de promocións que non sexan axeitadas para un establecemento de venda de medicamentos, como as relacionadas con rebaixas, *blackfriday*, *cibermonday* ou similares.
 - g) A publicidade incluída nos envases de calquera tipo de produtos de venda na oficina de farmacia. Non obstante, nos casos de produtos elaborados na propia oficina de farmacia constarán os datos que procedan segundo a normativa de aplicación de cada produto.
2. Prohíbese a organización de todo tipo de eventos ou actividades en calquera medio, físico ou telemático, así como calquera actuación publicitaria, incentivo, utilización de ferramentas ou mecanismos análogos que poidan conlevar unha promoción da oficina de farmacia coa finalidade de incrementar as súas vendas, e cuxo resultado poida condicionar o exercicio do

dereito á libre elección de oficina de farmacia por parte da cidadanía.

3. As oficinas de farmacia non poderán ofrecer incentivos, agasallos, premios ou obsequios, agás os permitidos na normativa básica que resulte de aplicación, así como tampouco organizar concursos, sorteos, ou actividades similares como medios vinculados á promoción da farmacia, agás os descontos sobre o prezo de venda que se contemplen na normativa ou as promocións propias dos fabricantes ou distribuidores, sempre que estes non leven implícitos sorteos ou similares.

4. As ferramentas, medios ou mecanismos de comunicación empregados por unha oficina de farmacia deberán identificar claramente o tipo de establecemento sanitario de que se trata, incluíndo, sempre que sexa posible, os datos da persoa titular ou cotitulares da mesma, a sigla de control de sanidade, o domicilio e os datos de contacto. Non poderán constar nelas os datos de persoas físicas ou xurídicas distintas da titular ou cotitulares.

Asemade, os datos da oficina de farmacia e os das ferramentas, medios ou mecanismos mencionados no parágrafo anterior non poderán constar en ferramentas ou aplicativos empregados por outras persoas físicas ou xurídicas.

Artigo 5. Publicidade e actividades de promoción das oficinas de farmacia

1. As oficinas de farmacia poderán publicitarse a través dos envoltorios, bolsas ou papel utilizados para os produtos dispensados, así como a través dos tickets de venda, buscadores da internet, páxinas web, redes sociais, números de mensaxería instantánea ou similares, sempre e cando neles consten, unicamente, os seus datos xerais de identificación, dirección física da farmacia, número de teléfono, dirección de correo electrónico, url de páxina web e redes sociais propias, así como o seu horario de atención ao público, calendario de gardas, vacacións ou períodos de peche.

Se no local da oficina de farmacia se realizan actividades sanitarias autorizadas ou acreditadas polas administracións sanitarias poderase facilitar tamén esta información.

2. Só as oficinas de farmacia poderán facilitar información sobre as actividades e servizos propios destes establecementos sanitarios, sempre nos termos recollidos neste artigo e facendo referencia expresa á autorización sanitaria dos devanditos servizos e actividades e axustándose ao seu contido.

Artigo 6. Internet, redes sociais e ferramentas de software

1. As oficinas de farmacia poderán dispoñer de páxinas web e redes sociais propias, as cales deberán estar rexistradas a nome da persoa titular ou de calquera das cotitulares, e no seu

caso farmacéutico/a rexente, e que estarán suxeitas á regulación prevista neste decreto así como ao resto da normativa que lle sexa de aplicación.

2. A información e publicidade que a oficina de farmacia realice, calquera que sexa o seu medio ou soporte, incluíndo a realizada en buscadores de internet, páxinas web ou redes sociais, estará sometida á inspección e control das autoridades competentes, e deberá axustarse á normativa vixente aplicable, así como cumprir cos mesmos requisitos que a que se leve a cabo no local da oficina de farmacia.

3. Nas páxinas web e redes sociais das oficinas de farmacia poderase desenvolver a venda a distancia de produtos distintos dos medicamentos ou produtos sanitarios, que non precisen prescrición médica ou veterinaria e non sexan financiados, facilitar consellos farmacéuticos e educación sanitaria, así como información sobre as funcións e servizos da farmacia.

Esta información deberá responder a criterios de veracidade, licitude e obxectividade, así como resultar clara, comprensible e de fácil acceso para as persoas usuarias. A información que se ofrezca deberá estar ademais baseada na evidencia científica actualizada, e en ningún caso poderá promocionar á oficina de farmacia.

4. As páxinas web e redes sociais das oficinas de farmacia non poderán ofrecer ou enlazar a ferramentas de autodiagnóstico ou automedicación.

5. As páxinas web de venda a distancia de medicamentos non suxeitos a prescrición que posúan as oficinas de farmacia estarán reguladas no concenrente á actividade de venda pola súa normativa específica.

6. O emprego de calquera outra ferramenta de software ou programa por parte dunha oficina de farmacia estará suxeito ás mesmas limitacións, condicións e requisitos que os previstos para as páxinas web e redes sociais.

Artigo 7. Información e publicidade relativa ás campañas sanitarias

1. De acordo co establecido nos artigos 8 e 13 da Lei 3/2019, do 2 de xullo, as oficinas de farmacia poderán participar nas campañas públicas de educación sobre o correcto uso dos medicamentos e produtos sanitarios dispoñibles nos establecementos farmacéuticos, así como colaborar en programas de saúde pública e drogodependencias.

As oficinas de farmacia poderán colaborar tamén na difusión de campañas sanitarias relativas ao uso racional dos medicamentos e á protección e promoción da saúde promovidas pola administración sanitaria, polos colexios oficiais de farmacéuticos e farmacéuticas, por asociacións de pacientes ou por outras entidades relacionadas co ámbito sanitario.

2. Ademais da información relacionada no artigo 5, os envoltorios, bolsas ou papel utilizados para os produtos dispensados poderán incluír mensaxes relacionadas co uso racional do medicamento ou con campañas sanitarias propostas polos colexios oficiais de farmacéuticos e farmacéuticas.

3. As campañas sanitarias organizadas polos colexios oficiais de farmacéuticos e farmacéuticas deberán estar en consonancia coas organizadas pola administración sanitaria, e deberán ser previamente comunicadas á consellería competente en materia de sanidade a través da súa correspondente Xefatura Territorial.

Artigo 8. Infraccións e sancións

O incumprimento do disposto neste decreto quedará sometido ao réxime de infraccións e sancións que establece a Lei 14/1986, do 25 de abril, xeral de sanidade, o Real Decreto Legislativo 1/2015, do 24 de xullo, polo que se aproba o texto refundido da Lei de garantías e uso racional dos medicamentos e produtos sanitarios, a Lei 3/2019, do 2 de xullo, de ordenación farmacéutica de Galicia e o Decreto 97/1998, do 20 de marzo, polo que se regula a publicidade sanitaria na Comunidade Autónoma de Galicia.

Disposición transitoria única. Mantemento temporal da sinalización, información e publicidade das oficinas de farmacia e boticas anexas

As persoas titulares ou cotitulares de oficinas de farmacia e boticas anexas disporán de dous meses, contados a partir da entrada en vigor deste decreto, para adaptar as súas oficinas de farmacia e boticas anexas ao establecido nel.

Disposición derogatoria única. Derrogación normativa

Queda derogado o Decreto 107/2008, do 15 de maio, polo que se regula a sinalización, información e publicidade das oficinas de farmacia, así como todas aquelas disposicións de igual ou inferior rango que se opoñan ao establecido neste decreto.

Disposición derradeira primeira. Desenvolvemento

Autorízase á persoa titular da consellería competente en materia de sanidade para ditar cantas disposicións sexan necesarias para a aplicación e desenvolvemento do disposto neste decreto.

Disposición derradeira segunda. Entrada en vigor

Este decreto entrará en vigor aos vinte días da súa publicación no Diario Oficial de Galicia.

Santiago de Compostela, xx de xxxxxx de 2023

O presidente da Xunta de Galicia
Alfonso Rueda Valenzuela

O conselleiro de Sanidade
Julio García Comesaña