Proyecto de Decreto XX/XXXX, de xxxx, por el que se regula la señalización, información, publicidad y actividades de promoción de las oficinas de farmacia y boticas anexas de Galicia

La Ley 14/1986, de 25 de abril, general de sanidad, en su artículo 27 ordena que las Administraciones públicas, en el ámbito de sus competencias, realicen "*un control de la publicidad y propaganda comercial para que se ajusten a criterios de veracidad en lo que incumbe a la salud y para limitar todo aquello que puede constituir un perjuicio para la misma*". Asimismo, prevé la inspección y control de la promoción y publicidad de los centros y establecimientos sanitarios y la autorización previa de la publicidad de los medicamentos y productos sanitarios.

También 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"*.

Por su parte, el Real decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, dispone en su artículo 6 que la publicidad y la información de los centros o establecimientos sanitarios, entre otros, así como de los servicios y prestaciones que realizan, deberá ajustarse al contenido de la autorización sanitaria de tales centros o establecimientos. Cualquier otro tipo de publicidad de tales centros, servicios o establecimientos requerirá la autorización previa y expresa de las autoridades sanitarias.

El artículo 44 de la Ley 44/2003, de 21 de noviembre, de ordenación de las profesiones sanitarias, permite hacer publicidad de los servicios y prestaciones ofrecidos al público por parte de los/las profesionales sanitarios/as, siempre que dicha publicidad e información respete las actividades y prescripciones, y que sea objetiva, prudente, veraz, discreta y con un lenguaje comprensible para el público al que va dirigida.

Contamos también, en el ámbito estatal, con el Real decreto 870/2013, de 8 de noviembre, por el que se regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica, el cual tiene por objeto regular la venta legal al público, realizada a distancia, de medicamentos de uso humano elaborados industrialmente y no sujetos a prescripción médica, a través de sitios web de oficinas de farmacia. En lo referente a la materia que aquí nos ocupa, el citado real decreto dispone que

"no podrán realizarse regalos, premios, obsequios, concursos, bonificaciones o actividades similares como medios vinculados a la promoción o venta al público de medicamentos mediante sitios web, sin perjuicio de los descuentos sobre el precio de venta que se contemplen en la normativa vigente". Asimismo, dispone que *"la promoción y publicidad de la farmacia y su sitio web, en cualquier medio o soporte, incluyendo la realizada en buscadores o redes sociales, estará sometida a la inspección y control por las autoridades competentes y deberá ajustarse a la normativa vigente aplicable. En ningún caso los nombres utilizados podrán inducir a error o crear falsas expectativas sobre posibles beneficios del estado de salud"*.

También el Real Decreto 666/2023, de 18 de julio, por el que se regula la distribución, prescripción, dispensación y uso de medicamentos veterinarios, resulta de aplicación a los casos de venta a distancia de medicamentos de fabricación industrial no sujetos a prescripción veterinaria a personas físicas o jurídicas establecidas en la Unión Europea, por parte de las oficinas de farmacia y establecimientos comerciales al por menor, autorizados conforme a su artículo 20.

Por su parte, el 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, indica que no se pueden ofrecer primas, obsequios, premios, concursos, bonificaciones o similares como métodos vinculados a la promoción o venta al público de medicamentos y productos sanitarios, y tipifica en el artículo 111.2.b) 26ª como infracción grave el coartar la libertad del usuario en la elección de la oficina de farmacia mediante cualquier acto u omisión.

En la Comunidad Autónoma de Galicia, el Decreto 97/1998, de 20 de marzo , que regula la publicidad sanitaria en la Comunidad Autónoma de Galicia, establece unos principios mínimos a los que debe someterse la publicidad sanitaria que se desarrolle en el ámbito de la comunidad autónoma, promoviendo que los mensajes publicitarios con repercusión para la salud de la ciudadanía sean ordenados y correctos. A tal efecto, se entiende por publicidad sanitaria, de acuerdo con el artículo 1 de dicho decreto, aparte de la contenida en el Real decreto 1907/1996, de 2 de agosto, *"cualquier otra que en la Comunidad Autónoma de Galicia y en el ámbito de su actividad realicen los centros, servicios y establecimientos sanitario-asistenciales, los profesionales de la sanidad y, en general, la desarrollada por cualquier persona pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, profesional o de otra índole que, por cualquier medio, tenga como finalidad promover, de forma directa o indirecta, la contratación de bienes, actividades o servicios susceptibles de repercutir positiva o negativamente sobre la salud de las personas."*

En lo que se refiere a la regulación de la publicidad e información de las oficinas de farmacia de Galicia, hasta la publicación del Decreto 107/2008, de 15 de mayo , por el que se regula la señalización, información y publicidad de las oficinas de farmacia, existía una gran diversidad

en lo relativo a la señalización, identificación e información en las oficinas de farmacia en Galicia, dado que no existía una normativa específica sobre su publicidad.

Con la publicación de este decreto se ordena la publicidad y la información que pueden ofrecer las oficinas de farmacias y se introducen una serie de prescripciones a fin de que las prácticas que se realicen en este ámbito respondan a la condición de las mismas de establecimientos sanitarios, contribuyendo a que las personas las perciban como tal, y garantizando su libertad de elección.

La publicación de la Ley 3/2019, de 2 de julio, de ordenación farmacéutica de Galicia, contempla un nuevo marco regulador de la ordenación de las farmacias en la comunidad autónoma que hace necesario actualizar las directrices existentes hasta ahora en materia de publicidad e información de las oficinas de farmacias, de modo que se regule el uso que estas realizan de las tecnologías de la información sin distorsionar su condición de establecimientos sanitarios, contribuyendo a que las personas usuarias las perciban como tal, y se garantice su libertad de elección.

En concreto, dicha ley regula en su artículo 28 la señalización, publicidad y promoción de las oficinas de farmacia, y establece un marco normativo restrictivo con la finalidad de que las actividades promocionales no interfieran en el derecho de libre elección de oficina de farmacia por parte de la ciudadanía, prohibiendo toda forma de publicidad o actividad promocional de aquellas, salvo en los casos que se determinen reglamentariamente, así como la organización de eventos o actividades y la utilización de herramientas que puedan implicar una promoción de la oficina de farmacia.

Desde la publicación del Decreto 107/2008, de 15 de mayo, se desarrollaron nuevas tecnologías y formas de comunicación, y se publicó una normativa estatal que posibilita que las farmacias puedan solicitar autorización para la venta a distancia de medicamentos de uso humano y veterinario no sujetos a prescripción, que hacen necesaria una actualización de la regulación de esta materia para adaptarla a la nueva realidad.

El presente decreto tiene su fundamento competencial en el artículo 33 del Estatuto de Autonomía de Galicia, el cual establece como competencia propia de la Comunidad Autónoma el desarrollo legislativo y la ejecución de la legislación básica del Estado en materia de sanidad interior, y la ejecución de la legislación del Estado sobre productos farmacéuticos, en cuya virtud fue aprobada la Ley 3/2019, de 2 de julio, cuyo desarrollo se acomete aquí respecto de la regulación de la señalización, publicidad y actividades de promoción de las oficinas de farmacia establecidas en nuestra comunidad, de conformidad con lo señalado en la disposición final primera.

En cuanto a su contenido, el decreto cuenta con 8 artículos en los que, en síntesis se regulan su objeto y ámbito de aplicación, las disposiciones relativas a la señalización e identificación de las oficinas de farmacia y boticas anexas, la información que pueden ofrecer ambas, prohibiciones generales en materia de publicidad y promoción, actividades y formas de publicidad y promoción que pueden llevar a cabo las oficinas de farmacia, internet, redes sociales y herramientas de software, información y publicidad relativa a las campañas sanitarias que pueden llevarse a cabo en ellas, e infracciones y sanciones.

Completan el texto una disposición transitoria, en la cual se conceden tres meses a las personas titulares o cotitulares de oficinas de farmacia y boticas anexas para adaptarlas a lo dispuesto en este decreto. Se añaden también una disposición derogatoria, en la que se deroga expresamente el Decreto 107/2008, de 15 de mayo, por el que se regula la señalización, información y publicidad de las oficinas de farmacia, y dos disposiciones finales, dedicadas, respectivamente, a la autorización para el desarrollo del decreto, y a su entrada en vigor, que tendrá lugar a los veinte días de su publicación en el Diario Oficial de Galicia, en aplicación del plazo general de *vacatio legis* previsto en el artículo 2.1 del Código Civil.

Este decreto se tramitó de conformidad con la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y con la Ley 16/2010, de 17 de diciembre, de organización y funcionamiento de la Administración general y del sector público autonómico de Galicia. Se realizó un trámite de consulta pública previa, y el proyecto de decreto fue expuesto a información pública en el Portal de transparencia y gobierno abierto de la Xunta de Galicia y sometido a audiencia de los grupos o sectores con derechos e intereses legítimos en la materia; al mismo tiempo, fue sometido a informe económico-financiero de la consellería competente en materia de hacienda, informe de impacto demográfico, informe sobre impacto de género y a informe de la Asesoría Jurídica General.

Finalmente, en el ejercicio de esta potestad reglamentaria, y en aras de la mejora de la calidad normativa, esta Administración actuó de conformidad con los principios de buena regulación, a saber, los de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia, accesibilidad y simplicidad, descritos en el artículo 37.a) de la Ley 14/2013, de 26 de diciembre , de racionalización del sector público autonómico.

De este modo, se cumplen los principios de necesidad y eficacia, al considerarse que la aprobación de este decreto es el instrumento necesario para conseguir el objetivo de llevar a cabo una regulación completa y actualizada, conforme con la aparición de las nuevas tecnologías, de las condiciones en las que las oficinas de farmacia realicen su publicidad o lleven a cabo actividades de tipo promocional. Al mismo tiempo, pretende ser una regulación garantista respeto de la salvaguarda del derecho de la ciudadanía a la libre elección de oficina de farmacia, consagrado en el artículo 9.1.a) de la Ley 3/2019, de 2 de julio .

El principio de proporcionalidad se considera también cumplido, ya que el decreto contiene la regulación imprescindible para atender a su finalidad, optándose por un sistema que permite a las oficinas de farmacia llevar a cabo actividades publicitarias y promocionales siempre y cuando estas cumplan determinados requisitos. En todo caso, no se prevén cargas administrativas para estos establecimientos de cara a la realización de este tipo de actividades.

Se presta también especial atención a la efectividad del principio de seguridad jurídica y de simplicidad, de manera que todas las medidas y condiciones contempladas en este decreto están debidamente coordinadas con la normativa de aplicación a la materia concernida, tanto autonómica como estatal.

El principio de transparencia y accesibilidad se cumple también, ya que en el procedimiento de elaboración del presente decreto se promovió la más amplia participación de la ciudadanía en general y de las oficinas de farmacia y sus colegios profesionales en particular.

En su virtud, por propuesta del conselleiro de Sanidad, de acuerdo con/oído el Consello Consultivo, y previa deliberación del Consello de la Xunta en su reunión del.....

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación*

El objeto de este decreto es regular la señalización, información, publicidad y actividades de promoción que realicen las oficinas de farmacia y boticas anexas de la Comunidad Autónoma de Galicia.

Artículo 2. *Señalización e identificación de las oficinas de farmacia y boticas anexas*

1. Todas las oficinas de farmacia deberán estar señalizadas mediante un rótulo colocado en la fachada donde figure de forma visible la palabra "Farmacia" o "botica anexa", según el caso.

El empleo de estos dos términos alcanzará también a cualquier otro medio o soporte, y será de uso exclusivo para estos establecimientos, quedando prohibido su uso por parte de personas físicas o jurídicas distintas de la persona titular o cotitulares de la oficina de farmacia o botica anexa.

2. Asimismo, las oficinas de farmacia y las boticas anexas deberán señalizarse mediante la colocación en su fachada de una cruz griega o de Malta, con un tamaño máximo de 90 x 90

cm y dotada de un dispositivo que permita su iluminación en color verde.

Esta cruz se mantendrá encendida durante el horario común de atención al público y durante el servicio de guardia, y apagada fuera de estos horarios y servicios, durante los que tampoco podrán permanecer iluminadas la temperatura, la fecha y hora o el horario de la farmacia o botica anexa. Dicha limitación afectará también a las pantallas digitales o cualquier otro dispositivo luminoso instalado en la oficina de farmacia o botica anexa.

A través de este dispositivo de señalización no podrá difundirse ningún mensaje fuera de la información permitida en el párrafo anterior.

3. Podrán instalarse tantas cruces como número de fachadas tenga la oficina de farmacia o botica anexa cuando estas den a diferentes calles.

En caso de que existan especiales dificultades para la localización o visibilidad de la oficina de farmacia o botica anexa, la correspondiente Jefatura Territorial de la consellería competente en materia de Sanidad podrá autorizar, sin perjuicio de las demás autorizaciones exigibles, y a solicitud de la persona titular o cotitulares de aquella, la colocación de dicha cruz en un lugar diferente a la fachada.

4. Se permitirá la colocación de carteles indicadores del emplazamiento de la oficina de farmacia o botica anexa en aquellos casos en que, por razones de visibilidad de las mismas, resulte difícil su localización por parte de la ciudadanía. La colocación de estos carteles requerirá de la autorización previa de la Jefatura Territorial de la consellería competente en materia de Sanidad. Y deberá limitarse al ámbito territorial de la zona farmacéutica de la que forme parte la oficina de farmacia o botica anexa, sin que pueda hacerse un uso abusivo de este derecho.

5. Cada oficina de farmacia estará siempre identificada, cualquiera que sea el medio o soporte empleado a tal fin, por la sigla de control de sanidad y el nombre y apellidos del/de la farmacéutico/a titular o de los/las farmacéuticos/as cotitulares, en su caso. Estos datos deberán figurar en un sitio visible de su fachada.

En el caso de las boticas anexas deberá figurar a nombre del/de la farmacéutico/a titular o cotitulares de la oficina de farmacia a la que esté vinculada.

Cualquier otro nombre comercial que no coincida con el nombre y apellidos de la persona titular o cotitulares de la oficina de farmacia no la identificará. Queda prohibido el uso de nombres de ayuntamientos, lugares, parroquias, accidentes geográficos o similares, así como los nombres que tengan relación con el horario de apertura y todos aquellos que puedan inducir a error o generar falsas expectativas en las personas usuarias.

En los casos en que, por razón de fallecimiento, incapacidad permanente no parcial, incapacitación judicial o adopción de medidas de apoyo a la persona con discapacidad, o declaración judicial de ausencia del/de la farmacéutico/a titular o cotitulares, se hubiera autorizado el nombramiento de un/una farmacéutico/a regente, será el nombre de este/a último/a el que identificará la farmacia en todos los ámbitos, incluidos sitios web, debiendo practicar los cambios y comunicaciones que procedan para tal fin.

6. La cruz de identificación de las oficinas de farmacia y boticas anexas será de uso exclusivo para este tipo de establecimientos, quedando prohibido el uso de estas cruces, o del color verde en una parte o en el fondo en el que se inserten las cruces, para otros establecimientos distintos de aquellos.

7. Además, podrán figurar en la fachada de la oficina de farmacia las palabras óptica, ortopedia, análisis clínicos, audioprótese, nutrición, o la denominación de cualquier otra actividad sanitaria, en caso de que la persona titular o cotitulares cuente/n con la correspondiente autorización de funcionamiento para estas actividades sanitarias en los locales de la oficina de farmacia.

8. No estará permitido publicitar, en la fachada o en cualquier otro lugar visible de la oficina de farmacia o botica anexa, el nombre de la página web o la referencia a cualquier otra plataforma digital de comunicación e intercambio de información de que disponga.

Artículo 3. *Información en las oficinas de farmacia y boticas anexas*

1. En la zona de atención a las personas usuarias, en los escaparates de las oficinas de farmacia y de las boticas anexas y en las pantallas instaladas dentro del local, así como en los carteles exteriores únicamente podrá figurar información relativa a productos o actividades dirigidas a la prevención de la enfermedad, promoción de la salud y uso racional del medicamento, campañas sanitarias o programas de salud pública organizadas por el colegio oficial de farmacéuticos de su provincia u otras entidades, instituciones u organismos oficiales, así como sobre medicamentos, productos sanitarios o productos de venta en farmacia que tengan expresamente autorizada su publicidad.

Asimismo, podrá figurar en esos medios información relativa a los servicios farmacéuticos que se prestan en la oficina de farmacia cuya publicidad esté autorizada.

2. La información relativa a los horarios de atención al público y al servicio de guardia de las oficinas de farmacia y boticas anexas estará sujeta a lo establecido en la normativa que los regula.

3. Las oficinas de farmacia que hayan autorizado el servicio de guardia localizada deberán indicarlo de forma visible y clara, informando del modo de acceder a dicho servicio en la fachada o en el exterior de la propia oficina de farmacia.

4. Las oficinas de farmacia podrán facilitar información a las personas usuarias acerca del nivel de excelencia que alcanzaran, mediante la obtención de certificaciones o acreditaciones en calidad otorgadas por el organismo competente en esta materia.

La información relativa a las acreditaciones, certificaciones o catalogaciones otorgadas a la oficina de farmacia por la Administración sanitaria deberá ser proporcionada a las personas usuarias con carácter obligatorio.

Artículo 4. *Prohibiciones generales en materia de publicidad e información*

1. A fin de limitar todo aquello que pueda favorecer el consumo de medicamentos o productos sanitarios, constituir un perjuicio o generar riesgos para la salud o seguridad de las personas, o interferir en el derecho de la ciudadanía a la libre elección de oficina de farmacia, queda expresamente prohibida la realización de todo tipo de publicidad o actividad promocional, salvo en los casos recogidos en el artículo siguiente.

En particular, queda prohibida la realización de los siguientes tipos de publicidad e información:

a) La publicidad de la prestación de cualquier servicio profesional farmacéutico que realice la oficina de farmacia, en particular aquellos relacionados con los medicamentos, como es el caso del servicio de preparación y suministro de sistemas personalizados de dosificación.

b) La publicidad e información realizada a través de cartelería, marquesinas, medios de transporte o cualquier otro tipo de soporte, así como la realizada en eventos sociales y deportivos.

c) La publicidad realizada a través de medios de prensa o cualquier medio de comunicación.

d) La publicidad realizada a través de personas de relevancia científica, médica, cultural o social, así como a través de la colaboración con *influencers* o cualquier otra persona con impacto mediático.

e) La publicidad e información realizada mediante el envío de mensajería, así como mediante otros servicios de *newsletter* o similares.

f) La publicidad de cualquier tipo de promociones que no sean apropiadas para un establecimiento de venta de medicamentos, como las relacionadas con rebajas, *blackfriday*, *cibermonday* o similares.

g) La publicidad incluida en los envases de cualquier tipo de productos de venta en la oficina de farmacia. No obstante, en los casos de productos elaborados en la propia oficina de farmacia constarán los datos que procedan según la normativa de aplicación de cada producto.

2. Se prohíbe la organización de todo tipo de eventos o actividades en cualquier medio, físico o telemático, así como cualquier actuación publicitaria, incentivo, utilización de herramientas o mecanismos análogos que puedan conllevar una promoción de la oficina de farmacia con la finalidad de incrementar sus ventas, y cuyo resultado pueda condicionar el ejercicio del derecho a la libre elección de oficina de farmacia por parte de la ciudadanía.

3. Las oficinas de farmacia no podrán ofrecer incentivos, regalos, premios u obsequios, excepto los permitidos en la normativa básica que resulte de aplicación, así como tampoco organizar concursos, sorteos, o actividades similares como medios vinculados a la promoción de la farmacia, excepto los descuentos sobre el precio de venta que se contemplen en la normativa o las promociones propias de los fabricantes o distribuidores, siempre que estos no lleven implícitos sorteos o similares.

4. Las herramientas, medios o mecanismos de comunicación empleados por una oficina de farmacia deberán identificar claramente el tipo de establecimiento sanitario de que se trata, incluyendo, siempre que sea posible, los datos de la persona titular o cotitulares de la misma, la sigla de control de sanidad, el domicilio y los datos de contacto. No podrán constar en ellas los datos de personas físicas o jurídicas distintas de la titular o cotitulares.

Al mismo tiempo, los datos de la oficina de farmacia y los de las herramientas, medios o mecanismos mencionados en el párrafo anterior no podrán constar en herramientas o aplicaciones empleados por otras personas físicas o jurídicas.

Artículo 5. *Publicidad y actividades de promoción de las oficinas de farmacia*

1. Las oficinas de farmacia podrán publicitarse a través de los envoltorios, bolsas o papel utilizados para los productos dispensados, así como a través de los tickets de venta, buscadores de internet, páginas web, redes sociales, números de mensajería instantánea o similares, siempre y cuando en ellos consten, únicamente, sus datos generales de identificación, dirección física de la farmacia, número de teléfono, dirección de correo electrónico, url de página web y redes sociales propias, así como su horario de atención al público, calendario de guardias, vacaciones o períodos de cierre.

Si en el local de la oficina de farmacia se realizan actividades sanitarias autorizadas o acreditadas por las administraciones sanitarias se podrá facilitar también esta información.

2. Solo las oficinas de farmacia podrán facilitar información sobre las actividades y servicios propios de estos establecimientos sanitarios, siempre en los términos recogidos en este artículo y haciendo referencia expresa a la autorización sanitaria de dichos servicios y actividades y ajustándose a su contenido.

Artículo 6. *Internet, redes sociales y herramientas de software*

1. Las oficinas de farmacia podrán disponer de páginas web y redes sociales propias, las cuales deberán estar registradas a nombre de la persona titular o de cualquiera de las cotitulares, y en su caso farmacéutico/a regente, y que estarán sujetas a la regulación prevista en este decreto así como al resto de la normativa que le sea de aplicación.

2. La información y publicidad que la oficina de farmacia realice, cualquiera que sea su medio o soporte, incluyendo la realizada en buscadores de internet, páginas web o redes sociales, estará sometida a la inspección y control de las autoridades competentes, y deberá ajustarse a la normativa vigente aplicable, así como cumplir con los mismos requisitos que la que se lleve a cabo en el local de la oficina de farmacia.

3. En las páginas web y redes sociales de las oficinas de farmacia se podrá desarrollar la venta a distancia de productos distintos de los medicamentos o productos sanitarios, que no precisen prescripción médica o veterinaria y no sean financiados, facilitar consejos farmacéuticos y educación sanitaria, así como información sobre las funciones y servicios de la farmacia.

Esta información deberá responder a criterios de veracidad, licitud y objetividad, así como resultar clara, comprensible y de fácil acceso para las personas usuarias. La información que se ofrezca deberá estar además basada en la evidencia científica actualizada, y en ningún caso podrá promocionar a la oficina de farmacia.

4. Las páginas web y redes sociales de las oficinas de farmacia no podrán ofrecer o enlazar a herramientas de autodiagnóstico o automedicación.

5. Las páginas web de venta a distancia de medicamentos no sujetos a prescripción que posean las oficinas de farmacia estarán reguladas en lo concerniente a la actividad de venta por su normativa específica.

6. El empleo de cualquier otra herramienta de software o programa por parte de una oficina

de farmacia estará sujeto a las mismas limitaciones, condiciones y requisitos que los previstos para las páginas web y redes sociales.

Artículo 7. *Información y publicidad relativa a las campañas sanitarias*

1. De acuerdo con lo establecido en los artículos 8 y 13 de la Ley 3/2019, de 2 de julio , las oficinas de farmacia podrán participar en las campañas públicas de educación sobre el correcto uso de los medicamentos y productos sanitarios disponibles en los establecimientos farmacéuticos, así como colaborar en programas de salud pública y drogodependencias.

Las oficinas de farmacia podrán colaborar también en la difusión de campañas sanitarias relativas al uso racional de los medicamentos y a la protección y promoción de la salud promovidas por la administración sanitaria, por los colegios oficiales de farmacéuticos y farmacéuticas, por asociaciones de pacientes o por otras entidades relacionadas con el ámbito sanitario.

2. Además de la información relacionada en el artículo 5, los envoltorios, bolsas o papel utilizados para los productos dispensados podrán incluir mensajes relacionados con el uso racional del medicamento o con campañas sanitarias propuestas por los colegios oficiales de farmacéuticos y farmacéuticas.

3. Las campañas sanitarias organizadas por los colegios oficiales de farmacéuticos y farmacéuticas deberán estar en consonancia con las organizadas por la administración sanitaria, y deberán ser previamente comunicadas a la consellería competente en materia de sanidad a través de su correspondiente Jefatura Territorial.

Artículo 8. *Infracciones y sanciones*

El incumplimiento de lo dispuesto en este decreto quedará sometido al régimen de infracciones y sanciones que establece la Ley 14/1986, de 25 de abril , general de sanidad, el 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, la Ley 3/2019, de 2 de julio , de ordenación farmacéutica de Galicia y el Decreto 97/1998, de 20 de marzo , por el que se regula la publicidad sanitaria en la Comunidad Autónoma de Galicia.

Disposición transitoria única. *Mantenimiento temporal de la señalización, información y publicidad de las oficinas de farmacia y boticas anexas*

Las personas titulares o cotitulares de oficinas de farmacia y boticas anexas dispondrán de dos meses, contados a partir de la entrada en vigor de este decreto, para adaptar sus

oficinas de farmacia y boticas anexas a lo establecido en él.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa*

Queda derogado el Decreto 107/2008, de 15 de mayo , por el que se regula la señalización, información y publicidad de las oficinas de farmacia, así como todas aquellas disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo establecido en este decreto.

Disposición final primera. *Desarrollo*

Se autoriza a la persona titular de la consellería competente en materia de sanidad para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para la aplicación y desarrollo de lo dispuesto en este decreto.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor*

Este decreto entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el Diario Oficial de Galicia.

Santiago de Compostela, xx de xxxxxx de 2023

El presidente de la Xunta de Galicia
Alfonso Rueda Valenzuela

El conselleiro de Sanidad
Julio García Comesaña