

garantía FARO DE VIGO
ofertas, cupones y descuentos en Galicia.

Cuponísimo

por solo **16€**
antes 34€ **-53%**

Restaurante Casa Soutomayor
C/ Manuel Rúa 11, Vigo
Teléfono: 986279547

Comida casera para 2

Deliciosa comida casera para 2 en Restaurante Casa Soutomayor por sólo 16€

El cupón incluye:

Deliciosa comida tradicional gallega en el corazón de Vigo

Restaurante Casa Soutomayor restaurante fundado hace más de 15 años, es el espacio ideal para degustar la comida más tradicional gallega en pleno corazón de Vigo. El restaurante ha recibido numerosos reconocimientos como el Certificado de Calidad Turística 2012 y el galardón Recomendado por Le Routard 2014 que ha ganado 12 veces consecutivas.

EL MENÚ para 2 personas incluye:

- 1 entrante a elegir (1 por persona) entre:
 - * Empanado especial restaurante Casa Soutomayor
 - * Ensaladilla de la casa
 - * Croquetas caseras
 - * Revuelto "Mr. Rúa": Huevo y chorizo patatero extremeño

1 principal a elegir entre:

- Merluza a la gallega o a la romana con patatas y ensalada
- Cocido a la alemana e especialidad de la casa con bolitas de puré de patata empanada y azeitona
- Jamón asado con patata o arroz
- Plato especial del día **
- Lunes: Cocido a la alemana
- Martes: Carne de ternera a asado
- Miércoles: Cocido gallego
- Jueves: Carne o Caldero
- Viernes: Lardos con patatas
- Sábado: Callas o Cocido gallego

** Algún plato del día puede variar según disponibilidad (será sustituido por uno de la misma categoría)

- Bebida individual a elegir entre refresco, agua o cerveza
- Café o infusion
- Incluye servicio de pan

CONDICIONES:

Horario: De Lunes a Sábado de 13:30 a 19:00 y de 20:00 a 23:00. Domingo cerrado.
Cupon válido hasta el 31/05/2015. Impresión impresa válida siempre de cara en el 986 279 547. Iniciable usando el código del cupón.
No válidos para: for cupón impresión.
Un cupón es válido para 2 personas.

Maniobra en cupones para Vigo y

¡Quiero esta oferta!

1. Entra en farodevigo.es
2. Haz clic en la oferta y a comprar
3. Recuerda aceptar el cupón imprimiendo y acudir a canjearlo en el lugar indicado de la oferta.

Quiero publicar ofertas: comercio.farodevigo.cuponismo.es 986 27 9547

JOSÉ MANUEL ÁLVAREZ VIDAL ■ Decano del Colegio de Dentistas

“Se da una imagen cada vez más mercantilista de los dentistas”

El decano de los odontólogos critica las campañas agresivas que “banalizan la profesión” y fomentan tratamientos no necesarios

SUSANA REGUEIRA ■ Pontevedra

“A saúde non é cousa de risa” es el lema de la campaña informativa que lleva a cabo el Colegio de Dentistas de Pontevedra y Ourense y cuyo objetivo es, señala José Manuel Álvarez Vidal, “salir al paso de una sucesión de campañas publicitarias que aparecieron en el mundo de la prestación de servicios privados odontológicos y que entendemos que encierran muchas medias verdades, incluso a veces engañosas, que provocan unas expectativas que muchas veces son muy difícil, sino imposibles, de alcanzar; así que nos pareció que nuestro deber como colegio profesional era también expresar nuestra opinión”.

—¿Qué riesgos supone ponernos en manos de quien nos diga que nos hará un empaste por 5 euros?

—Para empezar es totalmente engañoso, nos hemos encontrado publicidades que prometen empastes a 1 euro, pues hay que recordar que es imposible que por esa cantidad se pueda realizar una correcta esterilización, ese tipo de propagandas lo que buscan es alentar el consumo, generar consumo y eso no ha de existir en el ámbito de la salud, porque los sobretatamientos son igual de perniciosos, incluso, que la falta de tratamiento, así es que ese tipo de prácticas, como mínimo, éticamente son reprobables.

—Ustedes alertan de que se está fomentando mucho tratamiento que es exclusivamente estético e, incluso, innecesario.

—La odontología tiene una parte estética muy importante e interesante, es natural que se promocione y que al paciente le interese, pero muchas veces ese interés está sufriendo un desvío, se promueven tratamientos a cualquier precio y de cualquier forma y aparecen problemas como la blancorexia, que es el deseo obsesivo de tener dientes tan tan blancos que a veces se llega a un color que no es natural y ese tipo de tratamientos se publicitan y se ejecutan sin control, naturalmente suponen un riesgo para la salud de las personas.

—También advierten de los riesgos del pago a través de financieras...

—Por supuesto no estamos en contra de que se financien los tratamientos, siempre se hizo y se hará, pero el paciente ha de estar advertido cuando firma el pago con una financiera de qué sucede si por ejemplo la empresa que presta el tratamiento dental va a la quiebra ¿quién responde: la financiera, la empresa? Ya no digamos, y se han dado casos con distintas franquicias, cuando nos encontramos a pacientes que solo han iniciado los



José Manuel Álvarez Vidal.

FICHA PERSONAL

■ José Manuel Álvarez Vidal es decano del Colegio de Dentistas de Pontevedra y Ourense, una organización que dedica su nueva campaña a informar a la población sobre los riesgos de una mala elección del centro que cuidará de su salud bucodental y que también pide a la administración un mayor control sobre la publicidad de productos y tratamientos de salud.

tratamientos, que no los finalizaron etc, personas que por lo pronto ya tienen un problema, nos hemos encontrado pacientes de varias franquicias que han quebrado con tratamientos dentales a medio hacer, es un riesgo que el paciente tiene que entender, que ha de asumir pero, sobre todo, que hay que explicar por parte de la empresa. No queremos alarmar, solo prevenir, y advertir de que no puede haber, por ejemplo, tratamientos gratuitos.

—Porque ustedes reconocen que la salud bucodental es cara.

—Lo es, son tratamientos onerosos, costosos como lo es en general todos los tratamientos sanitarios, por eso no se puede hacer de ella un objetivo comercial, con esta sucesión de campañas cada vez más agresivas lo que se está dando es cada vez una imagen más mercantilista de nuestra profesión de dentista, cada vez más banalizada. Y además nosotros reivindicamos que las publicidades en temas de salud tengan un poco más de control, como ya se exige en Francia, Bélgica o Alemania, donde algunas de estas cosas ya no se toleran, e incluso no solo en el extranjero sino que dentro de España algunas campañas que se desarrollan en televisión no se ven de la misma forma en todas las comunidades, por ejemplo en Navarra, así que del mismo modo que hacemos una campaña para la población creemos que las autoridades también deben ejercer un poco de control sobre la publicidad sobre servicios de sa-

lud.

—¿Qué hay que tener en cuenta a la hora de escoger a un dentista?

—Recomiendo lo que en realidad hemos hecho toda la vida, atender a las referencias, a que la gente de nuestro entorno se haya hecho tratamientos con él, o simplemente el contacto con el profesional. Y aquí también nos encontramos con una novedad: en esas empresas nosotros vamos a contar nuestro problema a un profesional y en medio se interpone otra persona que es un comercial, una figura que pasa a ser relevante en la relación entre paciente y profesional y que no sabemos por qué está ahí, lo importante es el contacto con el profesional, las recomendaciones boca a boca de siempre, esas son las claves para encontrar un profesional, y el problema aparece cuando se interponen figuras que tienen un perfil más comercial que profesional.

—Ejerce desde hace más de tres décadas en Pontevedra ¿ha mejorado la salud bucodental de los pontevedreses?

—Incluíblemente, en los últimos treinta años ha mejorado mucho, sobre todo la salud infantil por los planes que promueve la administración, ha mejorado mucho la atención en nuestra ciudad y yo creo que en toda España, aunque hay que reconocer que con la crisis han caído sensiblemente las consultas preventivas y mucha gente acude exclusivamente solo cuando hay dolor.