

Los farmacéuticos siguen un documento estratégico que justifica la protesta en beneficio del consumidor

El guión de campaña contra la ley de farmacia plantea crear alarma social

La campaña de los colegios de farmacia para tratar de frenar la aprobación del controvertido proyecto de ley responde a una cuidada estrategia que persigue la «concienciación y la alarma social». El guión de la campaña, al que ha tenido acceso este periódico,

pormenoriza las «pautas y argumentario» a seguir por los colegiados ante los medios y la opinión pública, siempre con la idea de «favorecer al consumidor». El documento cita desde respuestas tipo hasta consejos de vestuario. También recomienda «no fingir».

SANTIAGO
Redacción

«Debemos tener en cuenta siempre que la postura que adoptamos ante los medios y la opinión pública es la de favorecer al consumidor en cualquiera de los puntos de los que trata la ley (...). Cualquier pregunta fuera de este contexto, que pretenda entablar algún tipo de debate hablando de nuestros propios intereses o que pretenda hacer política, deberá ser esquivada. Aplicando respuestas tipo *consulte con su mensajero* o dando respuestas que reviertan hacia la Xunta de Galicia». La estrategia define que, en la primera fase, los colegiados deben ceñirse a estas pautas ante los medios.

Determina que los puntos en los que hay que incidir son la dispensación de medicinas por mensajería —a la que se alude como *mensajero*—, la transmisión y la «atomización» de las farmacias. El *mensajero* se presenta como «uno de los temas a defender con más ahínco», con razonamientos como: «Los enfermos crónicos son la mayoría de los usuarios» y «es inconstitucional, porque la Ley del Medicamento prohíbe la venta a domicilio y cualquier tipo de venta indirecta al público de fármacos». Contra la norma para transmitir boticas, se dirá que «no se beneficia a nadie con este sistema, porque para poder acceder al nuevo modelo de farmacia hay que hacerlo por concurso de méritos, y una persona recién licenciada no los tiene».



De izquierda a derecha, los presidentes de los colegios de Lugo, A Coruña, Ourense (ya dimitido) y Pontevedra

El plan prevé una segunda etapa cuando se haya generado crispación

La estrategia de la campaña encargada por los colegios farmacéuticos, y a la que después se sumaron la patronal y la asociación de titulados del medio rural, establece una fase intermedia o «campaña mediática», que consistiría en «argumentaciones y contraargumentaciones» entre la plataforma, de los medios, los partidos políticos, los líderes de opinión y la Administración, a la que, advierten, «se invitaría al careo público».

La segunda parte comenzará «cuando la fase mediática llegue a un estado de crispación tal en el que se empiecen a diluir los ar-

gumentos y contraargumentos». En esa segunda etapa prevén que «los acontecimientos se desarrollarán por sí solos». Vaticinan que, «si no alcanzamos el aborto de la ley, habremos dejado una espada de Damocles tan en alto, tanto por la advertencia como por el eco social causado, que resultaría difícil asumir la responsabilidad de llevar a cabo la totalidad del proyecto de ley». Por último, la fase *below the line* o de *marketing relacional* consistirá en distribuir folletos informativos y un cuestionario a cubrir y firmar por el usuario. Recomiendan actuar con «sencillez».

El Consejo sugiere a los profesionales que no acepten presiones

El presidente del Consejo General de Colegios Farmacéuticos de España, Pedro Capilla, apeló ayer a la «personalidad» de las juntas directivas de los colegios para «asumir sus responsabilidades en momentos críticos» y no ceder ante las presiones de los propietarios en favor del cierre. «Los colegios deben ser técnicos para la consellería, y aportar soluciones al modelo propuesto», indicó.

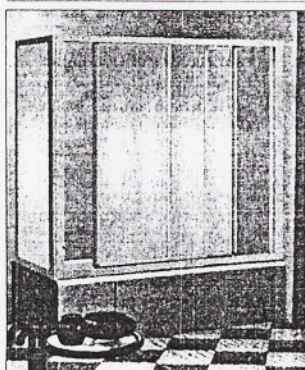
Capilla se reconoció confiado en que colegios y Administración «hagan pelillos a la mar» y que impere el «sentido común» para reformar el proyecto. Declinó hacer valoraciones sobre la campaña de los colegios gallegos, al tiempo que rechazó la idea del supuesto «monopolio» actual denunciada desde el colectivo de titulados sin oficina.

En contra de la liberalización, expuso que «los sistemas de regulación están hechos para situar las farmacias en lugares determinados, para que el servicio llegue a todos los ciudadanos».

Más adjuntos

Agregó que la profusión de boticas no es buena, y apostó por aumentar el número de farmacéuticos por oficina. Así, aseveró que el 60 por ciento de las farmacias españolas dispone de más de un titulado.

Opinó que el proyecto gallego no implicará la creación de más empleo. «El sistema es malo, porque no es ni público ni privado», atajó.



ANGULAR DUCHA CUADRADA

ACRÍLICO HASTA 80 X 80 23.000 pts.
90 X 90 24.940 pts.

ANGULAR DUCHA REDONDA

ACRÍLICO HASTA 75 X 75 41.640 pts.
80 X 80 42.800 pts.
90 X 90 43.960 pts.

HOJA DE VIDRIO DE SEGURIDAD

6 mm. 150 x 90 ancho 29.900 pts.

FRONTAL DE BAÑERA

Guía Autolimpiable, Cierres Magnéticos.
De 130 cm. a 170 cm. 43.600 pts.
Lateral Fijo 70 cm. 11.000 pts.

*Precios con IVA incluido.

MAMPARAS

GRAN VARIEDAD DE MODELOS Y MEDIDAS ¡CONSÚLTENOS!



INSTALACIÓN GRATIS



SERVIMOS A TODA GALICIA

MAMPABAÑO

MAMPARAS DE BAÑO Y DUCHA

VENTA E INSTALACIÓN DIRECTA DE FABRICA

902 24 0018

Presupuestos sin compromiso!

ADÉMÁS PRECIOS ESPECIALES PARA COMUNIDADES, HOTELES, etc. CONSÚLTENOS.