

**Director Emérito:** Josep M.ª Puigjaner Corbella**Director científico:** Francisco Martínez Romero**Directores:**

Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es),

Montserrat Ponsa (mponsa@edicionesmayo.es)

**Redactor jefe:**

Javier March (jmarsh@edicionesmayo.es)

**Redacción:** Mercedes López, Ángel López del Castillo**Corresponsales:**

Andalucía oriental: F. Acedo

Andalucía occidental: M. Ruiz Rico

Aragón: A. Giner

Asturias: P. Zariquiegui

Balears: J. Ferrer

Canarias: A.B. Hernández Machín

Cantabria: V. Lemauro

Castilla y León: M. Gómez

Castilla-La Mancha: E. Rosado

Comunidad Valenciana: J.V. Morant

Extremadura: L. Serrano

Galicia: F. Monroy

La Rioja: M. Menéndez

Navarra: A.V. Eguía

País Vasco: M.J. Esnal

**Fotografía:** O. Gómez de Vallejo, M. Marco**Dirección artística y diseño:** Emili Sagóls**Ilustración:** Marc Ambrós**Corrección:** Eduard Sales**Comité científico:**

M.J. Alonso, R. Bonet, J. Braun,

M.ª A. Calvo, M. Camps, A.M. Carmona,

N. Franquesa, M.ª C. Gamundi, A. Garrote,

M. Gelpi, J. Guindo, J.R. Lladós, F. Llambí,

J. Oller, A. Pantaleoni, L. Puigjaner, I. Riu,

E. Sánchez Vizcaíno, J.M.ª Ventura,

M.ª del C. Vidal Casero, M. Ylla-Català

Edita:


**Mayo**  
 EDICIONES MAYO S.A.  
 www.edicionesmayo.es
**Redacción y administración:**

Aribau, 185-187 2.º. 08021 Barcelona

Tel.: 932 090 255

Fax: 932 020 643

comunicacion@edicionesmayo.es

**Publicidad:**

Barcelona: Aribau, 185-187 2.º.

08021 Barcelona. Tel.: 932 090 255

Mónica Sáez: msaez@edicionesmayo.es

Madrid: Condado de Treviño, 9, local 1.

28033 Madrid. Tel.: 914 115 800.

Fax: 915 159 693

Begoña Llano: bllano@edicionesmayo.es

**Impresión:** Rotocayfo S.L.**Depósito legal:** B. 10.516-84

ISSN 0213-7283

**Suscripciones:** 88,50 euros

Control voluntario de la difusión por



Tirada: 20.000 ejemplares

© Ediciones Mayo, S.A.

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos, aun citando la procedencia, sin la autorización del editor

## La cita

Una de las pocas certezas que existen es que las páginas de la agenda van pasando de una forma inexorable. Día a día, sin pausa. Ese ritmo constante que marca el paso del tiempo nos ha acercado vertiginosamente a una de las citas importantes para el sector. Hace escasamente un año de la inauguración de Infarma en Barcelona y ya tenemos aquí la de Infarma Madrid.

El resultado de la apuesta valiente de los colegios de Madrid y Barcelona –no podemos obviar que la decisión la tomaron cuando los nubarrones de la crisis ya habían empezado a asomar por el horizonte– de asociarse para organizar un congreso-feria de oficina de farmacia con carácter anual va a cristalizar en una nueva edición. Todos los datos y previsiones, como nos confirman su director Jaime Acosta y su presidente Alberto García Romero en las páginas de este número de la revista, indican que va a ser un éxito de visitantes y de metros contratados una vez más.

Las farmacias españolas están inmersas en una situación desconocida para ellas, un escenario en el que no habían tenido que actuar nunca, antes que ahora.

Hace cuatro años que deben actuar en un mercado en recesión que decrece en unidades y en facturación. Esta circunstancia, que en otros sectores significaría una disminución de los actores en escena, en el sector de las farmacias no ha sido fundamentalmente así. Su característica esencial de establecimiento sanitario planificado ha impedido una desaparición de establecimientos paralela a la contracción del mercado que hubiese sido una consecuencia lógica en cualquier otro sector.

Esta circunstancia propia y específica del sector requiere soluciones específicas. Requiere de un análisis desapasionado, en el que prevalezca el criterio empresarial, pero que a la vez sea capaz de asimilar sin estridencias ni argumentos ortopédicos la misión esencialmente sanitaria de la red de farmacias.

Un reto complejo que no va a ser resuelto en estos días de encuentro profesional en Madrid, pero en el que deberán aflorar pistas sobre las recetas capaces de aportar solvencia al sector.

El sector precisa de solvencia para afrontar la crisis profunda que está sufriendo, más allá de la tan cacareada sostenibilidad. La solvencia debe ser el músculo capaz de tensar el sector, aunque algunos tengan la sensación de que reclamando la sostenibilidad ya están practicando un ejercicio suficiente. Seguramente esos no han tenido necesidad nunca de entrenar duro para ganar algún partido. ●

Francesc Pla



©Thinkstock