



**Director:**  
Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es)

**Subdirectora:**  
Silvia Estebarán (sestebaran@edicionesmayo.es)

**Redactor jefe:**  
Javier March (jmarch@edicionesmayo.es)

**Redacción:**  
Yolanda García (yolandagarcia@edicionesmayo.es),  
Trinidad Viveros (tviveros@edicionesmayo.es),  
Andrea Cubas (andrecubas@edicionesmayo.es) y  
Mercè López (mlopez@edicionesmayo.es)

**Dirección artística y diseño:**  
Emili Sagóls

**Comité científico:**  
M.J. Alonso, R. Bonet, J. Braun, M. Camps,  
A.M. Carmona, A. Garrote, J.R. Lladós,  
F. Llambí, A. Pantaleoni

Edita:

**MAYO**

www.edicionesmayo.es

**Redacción y administración:**  
Aribau, 185-187, 2.ª planta. 08021 Barcelona  
Tel.: 932 090 255  
Fax: 932 020 643  
comunicacion@edicionesmayo.es

**Publicidad:**  
**Barcelona:**  
Aribau, 185-187, 2.ª planta. 08021 Barcelona  
Tel.: 932 090 255  
Mónica Sáez: msaez@edicionesmayo.es  
Mar Aunós: maunos@edicionesmayo.es

**Madrid:**  
López de Hoyos, 286.  
28043 Madrid.  
Tel.: 914 115 800  
Fax: 915 159 693  
Raquel Morán: raquelmoran@edicionesmayo.es

**Depósito legal:**  
B. 10.516-84  
ISSN 0213-7283

**Suscripciones:**  
90,75 euros

Control voluntario de la difusión por

Tirada: 20.500 ejemplares

© Fotografías: shutterstock.com

© 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.

# Histoire d'O

Lo peor de algunas frases disyuntivas es que sean falsas, y es demasiado frecuente que lo sean. Deberíamos evitar tales disyuntivas, aunque sean elocuentes, incluso brillantes, y centrar el análisis de la realidad en lo esencial para poder elegir bien el camino o la estrategia a seguir. En estos días es frecuente que se planteen una disyuntiva en la que se contraponen empresas más o menos disruptivas de farmacia con el modelo español actual. Siempre se han creado empresas que pretenden legítimamente hacer su negocio en un sector tan atractivo como el farmacéutico. Solo hace falta retroceder unos años para darse cuenta de ello, cuando grandes multinacionales de la distribución recalcaron en nuestro mercado dominado por la distribución cooperativa. Ya se planteó entonces una falsa disyuntiva: o cooperativa o el abismo para las farmacias. Creo sinceramente que tanto esa disyuntiva como las actuales no son ciertas.

Evidentemente, la legitimidad de cualquier empresa para hacer negocio debe apoyarse en la legalidad, pero eso no es disyuntivo, es insoslayable; en eso no hay debate posible. No cabe duda de que el actual modelo farmacéutico está anclado en una regulación legislativa estricta que roza con aspectos de esas nuevas iniciativas empresariales, pero también es cierto que la realidad social va cambiando y que los hábitos de los pacientes y de los clientes también lo van haciendo. El debate está, como siempre, en esa zona fronteriza y en la conveniencia entre la adaptación o la resistencia; ese debate siempre ha existido y siempre existirá. Solo han pasado tres décadas desde que se cuestionaba si las farmacias deberían aceptar las tarjetas de crédito como medio de pago, y ahora ese debate parece cosa de marcianos. No existen recetas para saber lo que más conviene al sector; solo cabe el análisis racional de las propuestas y, sobre todo, la valoración de su aceptación por los clientes, quienes, al fin y al cabo, son los que, a la no tan larga, acaban dictando la ley.

No se trata aquí de verter opiniones sobre esas iniciativas en particular; de eso ya se encargan y se van a encargar los propios farmacéuticos, aceptándolas y contratando sus servicios, o rechazándolas y cerrándoles las puertas. Se trata de repetir una vez más lo mismo: debemos exigir transparencia en las explicaciones de su funcionamiento, una cuantificación de la aportación de valor diferencial, y realizar un análisis riguroso de las ventajas y de los riesgos para poder decidir sobre su idoneidad y conveniencia. Nada nuevo, lo mismo que debe hacer cualquier gestor responsable en la toma de decisiones, ¿o no? Vaya, otra más. ●

«Evidentemente, la legitimidad de cualquier empresa para hacer negocio debe apoyarse en la legalidad, pero eso no es disyuntivo, es insoslayable»



**Francesc Pla**  
Director de la revista