

Director emérito:

Josep M.ª Puigjaner Corbella

Director científico:

Asunción Redín (aredin@edicionesmayo.es)

Director:

Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es)

Redactor jefe:

Javier March (jmarsh@edicionesmayo.es)

Redacción:

Silvia Estebarán (sestebaran@edicionesmayo.es)

Mercè López (mlopez@edicionesmayo.es)

Ángel López del Castillo (alopez@edicionesmayo.es)

Dirección artística y diseño:

Emili Sagóls

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,
J. Guindo, J.R. Lladós, F. Llambí, J. Oller,
A. Pantaleoni, L. Puigjaner, I. Riu,
E. Sánchez Vizcaíno, J.M.ª Ventura,
M.ª C. Vidal Casero, M. Ylla-Català

Edita:

MAYO

www.edicionesmayo.es

Redacción y administración:

Aribau, 168-170 5.º. 08036 Barcelona

Tel.: 932 090 255

Fax: 932 020 643

comunicacion@edicionesmayo.es

Publicidad:**Barcelona:**

Aribau, 168-170 5.º.

08036 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

© 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 pirámide

Cuando Abraham Maslow construyó su famosa pirámide para describir su teoría sobre la motivación humana no pensó en las farmacias. Seguro. Sin embargo, como luego sucedió en el ámbito empresarial del *marketing* o de la publicidad, puede ser una construcción útil para describir la jerarquía de las necesidades del sector de las farmacias y los motores que lo mueven o los frenos que impiden que se mueva.

Las dos capas de la base de la pirámide, las que se refieren en la construcción original a las necesidades fisiológicas y a la seguridad de las personas, a simple vista tienen fácil traslación al mundo de la farmacia. La primera capa haría referencia a la viabilidad mínima de la farmacia como establecimiento sanitario que es y la segunda la haría al mantenimiento del modelo regulado. Sin embargo, en el caso que nos ocupa, el del sector de las oficinas de farmacia en España, existen importantes diferencias respecto al análisis que hizo el psicólogo sobre la motivación de las personas.

A menudo el orden de superposición de esas dos capas, tan claro en las personas, parece que se invierte en las farmacias y que sea la seguridad del modelo lo que soporte la supervivencia del conjunto.

Esta manera de entender el sector esconde un gran error estructural. La existencia de un porcentaje elevado de pequeñas farmacias que no tienen herramientas ni margen de maniobra para poder consolidar una economía solvente, lo que debería ser el sustento básico del sector, queda en un segundo plano, lo que genera tensiones capaces de poner en riesgo el propio modelo. Prueba de esta incongruencia es la necesidad de crear subvenciones para estas farmacias, que, aunque alivian la situación, no aportan coherencia al mismo.

Todas las farmacias, como establecimientos sanitarios de gestión y propiedad privadas, deberían poder solucionar sus necesidades básicas sin depender de subvenciones y con ese objetivo se deberían diseñar el modelo retributivo y los criterios de planificación del sector.

¿Cómo vamos a ocuparnos con consistencia del vértice superior de la pirámide si no está clara la base? Según Maslow eso es imposible, aunque también es cierto que él no era farmacéutico. ●

Francesc Pla

