

**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)

**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, 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

© Fotografías: 123RF.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.

# Ommmmmm...

Omm es el mantra más conocido en la cultura occidental, pero, sin duda alguna, en el entorno del sector de las farmacias existen algunos que podrían competir en popularidad con la famosa sílaba que nos llegó del Tíbet. Seguro que en el *top ten* de los «farmamantras» aparecen en puestos destacados frases como: «La capilaridad del modelo», «La farmacia rural es uno de los pilares del modelo», «Los recortes que soporta el sector comprometen la viabilidad de las farmacias más pequeñas». Nadie puede decir que estas frases sean falsas, pero se necesita algo más que estar convencidos de su veracidad. Deberíamos analizar lo que hay más allá de su reiteración constante y concretar acciones para que no se conviertan en frases vacías, alejadas de la realidad.

La red de farmacias es de una extensión territorial y capilaridad sobresalientes, pero también con grandes desigualdades entre sus nudos. La desigualdad es una característica común de cualquier sector en una economía de mercado en la que actúa la competencia, pero en el caso de las farmacias, con la especificidad añadida de una regulación de establecimiento y situación, las acciones y estrategias encaminadas a mejorar la posición de cada una están muy limitadas, especialmente en las farmacias de baja facturación y situadas en zonas con muy baja densidad de población.

Esta especificidad y condicionante al mismo tiempo debería ser razón suficiente para entender que si el sector valora tanto lo que se repite hasta la saciedad, debería ocuparse de que estas desigualdades no lleguen al desamparo.

Los toros dicen que se cogen por los cuernos, al menos los que de eso saben, y los problemas de sostenibilidad de un sector que defiende a capa y espada su bondad debería afrontarlos fundamentalmente el propio sector.

No es de recibo defender un modelo regulado y capilar y no impulsar mecanismos económicos en el propio sector para atenuar las desigualdades que el mismo modelo genera y que pueden poner en riesgo la sostenibilidad, no ya la de las famosas VEC, sino del sector tal y como lo conocemos y reiteradamente defendemos. O eso o nos compramos una túnica naranja, nos rapamos al cero y nos ponemos a cantar ommmmmm... ●

Francesc Pla

