

**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.



## Recuerdos

Los cajones olvidados, como la memoria, van acumulando polvo. La memoria va superponiendo estratos, uno encima de otro. Pero incluso los más antiguos siguen allí. A veces por olvido, y otras por miedo, dejamos de visitarlos, a los cajones y a la memoria. Hay días en los que la nostalgia es capaz de vencer al olvido o a la cobardía, y una atracción poderosa te acerca a ellos y te pones a bucear en los recuerdos o a revolver las carpetas antiguas. O las dos cosas a la vez.

Lo peor que puede pasarte cuando eso sucede es hacer el ridículo y no reconocerte en tus recuerdos o no ser capaz de descifrar las palabras que pusiste en esos papeles que empiezan a amarillear, pero otras veces no es así, y, después de esa visita, eres más consciente de que lo que ahora vives o dices está arraigado en la tierra que has pisado y aún pisas:

- «1. El negocio basado en el margen del medicamento tiene unas perspectivas peores que las que se podían tener hace veinte años.
2. Hace una década que las farmacias del mundo están sufriendo la disminución de sus márgenes de intermediación.
3. La incorporación de nuevos medicamentos dispensables en oficina de farmacia, que sean valorados por los reguladores como coste/eficientes, ha disminuido drásticamente.
4. El tamaño y el modelo societario de las farmacias son determinantes para el análisis de la estrategia a seguir.
5. El valor añadido que los profesionales aportan está basado en sus conocimientos y habilidades, y el valor añadido es lo que al final se acaba pagando.
6. No existen modelos mejores y peores; el modelo mejor es el que es coherente con los objetivos que se buscan.
7. La búsqueda de salidas a una mala situación no puede hacer perder de vista la función sanitaria de las farmacias. Perder la identidad es el primer paso para perder la razón de ser.
8. No es posible encontrar una vía de progreso que ignore el valor del farmacéutico como profesional sanitario o que no contemple un modelo empresarial adaptado a un escenario económico más exigente que busca la eficiencia y el ahorro de recursos.
9. Nadie va a venir a nuestro rescate; al contrario, algunos esperan ver pasar nuestro cadáver.
10. Somos muchos, pero muchos menos que la mayoría.
11. El sector debe dedicar recursos suficientes (intelectuales y económicos) al proceso de reflexión y a consolidar al sector como un agente influyente y capaz de generar riqueza.
12. No podemos apelar al valor de lo colectivo sólo cuando vemos peligrar lo individual.
13. Elegir siempre tiene el riesgo de la equivocación; la única manera de evitar el riesgo es no hacer nada».

Pues lo dije en su momento y aún me suena bien. ●

Francesc Pla

