

# Editorial

## EN BUSCA DE LA PROACTIVIDAD PERDIDA

Tres décadas trabajando codo a codo con el farmacéutico. Los miembros del equipo editorial de OFFARM vemos así los treinta años de andadura de nuestra querida revista, que estos días celebramos. Directores, comités editoriales, redactores, colaboradores, editores y anunciantes se han ido sucediendo –es ley de vida– en este período, pero la vocación de OFFARM ha permanecido inalterada: dar servicio y apoyo al farmacéutico en su actividad profesional diaria a través de una buena formación continuada y una conexión permanente con la sociedad.

Un aniversario es, sin duda, motivo de alegría, aunque una nueva bajada (la enésima) del precio de los medicamentos se empiece en empañarlo. Se trata de un nuevo desafío a la economía de nuestras farmacias y el *leit motiv* de una banda sonora que acompaña la escena farmacéutica desde hace tiempo.

Las dificultades económicas empiezan a agobiarnos a todos, en especial a los farmacéuticos que adquirieron recientemente su oficina de farmacia con un gran esfuerzo económico y a los que se hallan en pueblos de menos de mil habitantes (sobre todo en los que no llegan a los 500 vecinos). Estos, además, tienen que soportar el lastre de las guardias maratónicas obligatorias, que en algunas comunidades autónomas pueden llegar a ser de hasta 200 días al año.

Estas farmacias, como todas, se enfrentan a un escenario de viabilidad insostenible. Las Administraciones y la sociedad deben hacer una reflexión madura y decidir cómo quieren que sea la farmacia (su farmacia) y cómo están dispuestos a participar en su mantenimiento. De nada vale que los políticos de turno reiteren con pompa que se hallan firmemente comprometidos con un modelo de farmacia omnipresente que garantiza un servicio de alta calidad, equitativo y accesible a todos los ciudadanos si luego ninguno está dispuesto a costearlo en lo que vale.

Como profesionales no nos queda otra que sobreponernos a la desmotivación que nos produce la inestabilidad permanente en nuestro marco de trabajo. Pero la mejor motivación es la que sale de uno mismo, de modo que, ¿por qué no aprovechar el impulso de la primavera inminente y apostar por la creatividad, la ilusión y la proactividad? Ha llegado la hora de fajarnos y tomar la delantera a las necesidades de nuestros clientes y pacientes para hacer de nuestras farmacias auténticos centros de referencia a los que confíen su salud y su bienestar. Es posible.

MERCÈ PRATS, DIRECTORA