

OFFARM

FARMACIA Y SOCIEDAD

Director: Juan Mir Morató
Director científico: Juan Esteva de Sagraera
Jefe de redacción: Francisco Fernández García
Secretaría editorial: Roser García Peña

Consejo de edición: Alcalá de Henares: Dr. V. Vilas Sánchez. Barcelona: Dr. Josep Boatella Riera, Dr. J. Bosch Cartes, Dr. C. Faulí Trillo. Granada: Dra. M.J. Faus Dáder. La Laguna (Sta. Cruz de Tenerife): Dr. M.A. Esteso Díaz. Madrid: Dr. B. del Castillo. Pamplona: Dra. M.P. Fernández Otero. Salamanca: Dr. J.M. Cachaza Silverio. Santiago: Dr. E. Raviña Rubira. Sevilla: A. García Asuero. Valencia: Dr. G. Asensio Aguilar. Vitoria: Dr. A. González Guerrero.

Consejo de redacción: Análisis clínicos: Dr. F. Suñer Casadevall. Dermofarmacia: Dr. L. Pons Gimier. Educación sanitaria: Dr. X. Pérez Morató. Farmacia hospitalaria: Dr. J. Bonal de Falgàs. Fitofarmacia: Dr. J. Allué-Creus. Homeopatía: Dr. C. Cercavins Font. Legislación: Dra. M.P. Martín Barea. Historia: Dr. F.J. Puerto Sarmiento.

DOYMA

Travesera de Gracia, 17-21. 08021 Barcelona.
Tel.: 932 00 07 11 • Fax: 932 09 11 36
Correo electrónico: pfernandez@doyma.es

PUBLICIDAD

Directora de ventas área farmacia y publicidad Barcelona: Cristina Zanetti
Travesera de Gracia, 17-21.
08021 Barcelona. Tel. 932 00 07 11 • Fax: 934 14 77 17
correo electrónico: czanetti@doyma.es

Madrid: Patricia Ayuso
Orense, 58. 28020 Madrid
Tel.: 915 56 03 68 • Fax: 915 56 94 44
correo electrónico: patricia@doyma.es

Diagramación: José Luis Rascón

Departamento de suscripciones: Tel. 934 14 57 06
Tarifas suscripción anual:
Profesional: 8.400 ptas. (IVA incluido)
Empresas e instituciones: 12.600 ptas. (IVA incluido)

Distribución: Formato 3, Servicio de Marketing, S.A.

Revista mensual de farmacia

ISSN: 0212-047X

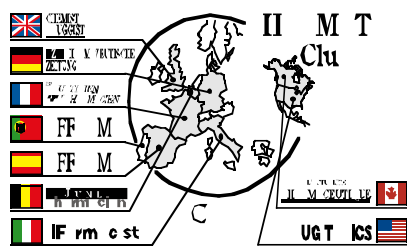
Miembro de la Asociación de Prensa Periódica (APP)

Sección Española de la Federación Internacional de la Prensa Periódica (FIPP)

Miembro de la Asociación de revistas farmacéuticas

Eurotop Pharma.

APP
FIPP



Soporte válido: DGF y SVR nº 286
Fotomecánica: Fotolettra, S.A.
Impresión: Litografía Rosés, S.A.
Depósito legal: B-807-1982
© 2001 Ediciones Doyma S.L.
Reservados todos los derechos

Se prohíbe la reproducción total o parcial por ningún medio, electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, grabados o cualquier otro sistema, de los artículos aparecidos en este número sin la autorización expresa por escrito del titular del Copyright. En todos los trabajos publicados por OFFARM aparece el nombre del autor o autores y su identidad claramente identificada. Estos representan la opinión de sus autores y OFFARM no se responsabiliza de los criterios que en ellos se exponen.

Control voluntario de difusión realizado por



EDITORIAL

Sinergismo

El término sinergismo, cada vez más utilizado por los economistas y hombres de negocios, tiene su origen en la farmacia. Designa la potenciación que se realizan mutuamente varios principios activos, de modo que el resultado final es superior al que se conseguiría con la administración aislada de cada producto por separado. Todo en la vida es cuestión de sinergismos y antagonismos. Los jugadores de un club de fútbol, cuando actúan como equipo, realizan sinergismo: el resultado de la acción conjunta de los once jugadores es superior al que produciría cada jugador por separado. Por eso el mejor equipo no es el que tiene a los mejores jugadores, sino el que evita antagonismos entre ellos y potencia sus características en beneficio del equipo. El arte culinario se basa en los sinergismos entre sus ingredientes y en la eliminación de antagonismos. Un buen plato es una obra de arte, un equilibrio conseguido gracias a las acciones sinérgicas entre sus ingredientes. Los economistas han descubierto este término y lo han incorporado a su léxico. En la nueva economía, los sectores no pueden funcionar aislados, desconectados. Hay que establecer sinergias entre los departamentos, de modo que se aprovechen todos los recursos. El intercambio de conocimientos y la utilización conjunta de los medios de que se dispone potencian la acción resultante, que gracias al sinergismo establecido, supera al que se obtendría si cada departamento funcionara por separado. Un mundo sin sinergias es un mundo estancado, que no sabe comunicarse, en el que la comunicación y los recursos no aprovechan todas sus potencialidades.

La complejidad del mundo actual y la feroz competencia existente obligan a que nadie pueda permanecer inmóvil, administrando su pequeño territorio particular. Todo está interrelacionado y ha quedado atrás, muy atrás, todo proyecto basado en la conservación y potenciación de los propios signos de identidad, de las características propias. Los colectivos incapaces de desarrollar sinergias desembocan en una rápida involución, y ello se refleja en el deporte, la política, la cultura y los negocios. El aislamiento, el proyecto de conservar las esencias, no importa de qué tipo, desemboca rápidamente en la pérdida de competitividad, en la carencia de atractivo, y las ideas, los capitales y los recursos huyen de esos escenarios petrificados y corren a instalarse en ámbitos donde las sinergias fluyen dinámicamente, ofreciendo un escenario siempre renovado y cambiante.

La prensa profesional farmacéutica, y OFFARM como punto de referencia de ella, establece vínculos entre los laboratorios y los farmacéuticos, traza enlaces que hacen circular la información y contribuye a que los profesionales reciban puntualmente noticias sobre los nuevos productos, los avances farmacológicos, la farmacia en la red, las novedades legislativas, los debates que interesan a la profesión... Para ello hace falta que la información circule ágilmente, sin ser tergiversada ni estancada. Es una herramienta puesta al servicio de los laboratorios y de los farmacéuticos para que fluya entre ellos una relación en ambas direcciones, comunicando a los protagonistas del sector, desarrollando sinergias y contribuyendo a dinamizar la farmacia, evitando que cada sector se instale en la rutina de funcionar por separado en un mundo globalizado y en transformación permanente. La utilización de las nuevas tecnologías y el desarrollo de la nueva economía, en la que el capital principal es el conocimiento y su difusión, facilitan los intercambios y son el vehículo ideal para eliminar antagonismos y desarrollar un marco de sinergismos múltiples. □

J. ESTEVA DE SAGRERA

Director científico