

Director: Juan Esteva de Sagrera

Jefa de redacción: Mónica Rebollo
Correo electrónico: m.rebollo@elsevier.com

Fundador: Juan Mir Morató

Consejo de edición: Alcalá de Henares: Dr. V. Vilas Sánchez. Barcelona: Dr. Josep Boatella Riera, Dr. J. Bosch Cartes. 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. Dermofarmacología: Dr. L. Pons Gimier. Educación sanitaria: Dr. X. Pérez Morató. Fitofarmacología: Dr. J. Allué-Creus. Homeopatía: Dr. C. Cercavins Font. Legislación: Dra. M.P. Martín Barea. Historia: Dr. F.J. Puerto Sarmiento.



Travesera de Gracia, 17-21. 08021 Barcelona.
Tel.: 932 00 07 11 • Fax: 932 09 11 36

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: c.zanetti@elsevier.com

Madrid: Laura Delgado

Infanta Mercedes, 90. 28020 Madrid
Tel.: 914 02 12 12 • Fax: 914 02 09 54
Correo electrónico: l.delgado@elsevier.com

Diseño y diagramación: Jordi Canals

Correo electrónico: j.canals@elsevier.com

Suscripciones y Atención al Cliente:

Elsevier España, S.L.
Travesera de Gracia, 17-21. 08021 Barcelona
Tel. 902 88 87 40
Correo electrónico: suscripciones@elsevier.com

Tarifas suscripción anual:

Profesional: 101,79 € (IVA incluido)
Empresas e instituciones: 265,76 € (IVA incluido)

Protección de datos: Elsevier España, S.L. declara cumplir lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

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

Revista mensual de farmacia

ISSN: 0212-047X

Miembro de la Asociación de Prensa Periódica (APP). **APP**

Sección Española de la Federación

Internacional de la Prensa Periódica (FIPP). **FIPP**

Miembro de la Asociación de revistas farmacéuticas Eurotop Pharma.

SopORTE válido: DGF y SVR n.º 286

Impresión: Litografía Rosés, S.A.

Depósito legal: B-807-1982

© 2008 Elsevier España, 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.

ELSEVIER ESPAÑA, a los efectos previstos en el artículo 32.1 párrafo segundo del vigente TRLPI, se opone de forma expresa al uso parcial o total de las páginas de OFFARM con el propósito de elaborar resúmenes de prensa con fines comerciales.

Cualquier acto de explotación de la totalidad o parte de las páginas de OFFARM con el propósito de elaborar resúmenes de prensa con fines comerciales necesitará la oportuna autorización, que será concedida por CEDRO mediante licencia dentro de los límites establecidos en ésta.

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.

Editorial

Propuestas escocesas

Desde la época, ya lejana, en que el medicamento se industrializó y las farmacias se convirtieron en centros de dispensación que habían dejado de preparar medicamentos, se planteó un serio interrogante sobre el futuro de la profesión: en el nuevo escenario, con los laboratorios fabricando, garantizando y promocionando los medicamentos industriales, ¿se mantendría la farmacia como una carrera universitaria?, ¿seguiría siendo viable la figura del farmacéutico de oficina como un licenciado universitario? Hoy, mucho tiempo después, parece claro que el dilema ha sido superado, siempre que el farmacéutico forme parte de la asistencia sanitaria a la población y que las farmacias sean establecimientos sanitarios donde se gestionan múltiples aspectos relacionados con la seguridad, la calidad y la eficacia de los medicamentos. Estos son, hoy día, de tal complejidad, que está plenamente justificada la formación universitaria de un profesional especializado en asistencia farmacéutica a la población, ese conjunto de servicios que suelen englobarse bajo el nombre, un tanto genérico e impreciso, de atención farmacéutica.

Paradójicamente para nosotros, las iniciativas en ese campo surgen principalmente del denostado modelo anglosajón, capaz de combinar rentabilidad y calidad de servicios, gestión comercial con asistencia profesional, y no del tantas veces alabado modelo español o mediterráneo, este último definitivamente desaparecido tras los cambios que se han producido en Portugal, Italia y Francia y con la incorporación de los requerimientos de la Comisión Europea. Desde Escocia llegan interesantes iniciativas sobre la estrategia para la asistencia farmacéutica que aprovechan las capacidades de los farmacéuticos para ofrecer una serie de servicios sanitarios y permitir una retribución en función de ellos y no del precio de venta al público. Parece curioso que las iniciativas más novedosas e interesantes se planteen en escenarios anglosajones, pero no lo es si se tiene en cuenta el carácter práctico de sus ciudadanos, más aficionados a identificar problemas y resolverlos que a suscribir eternos debates teóricos que no se llevan a la práctica, como suele acontecer en los países latinos, donde muchos conceden más importancia a las palabras que a los hechos.

La propuesta escocesa combina los aspectos empresariales y la rentabilidad del negocio con la oferta de unos servicios sanitarios por parte de los farmacéuticos que ponen los dientes largos a sus colegas españoles. Un poco de pragmatismo anglosajón y de sentido común escocés serían convenientes para dinamizar una profesión que en España no consigue articular propuestas que vayan más allá de las buenas intenciones y de las hermosas palabras. ■

J. Esteva de Sagrera

Director

