

A dedo

35 años | el farmacéutico.es
PROFESIÓN Y CULTURA

facebook.com/elfarmaceticorevista

@elfarma20

elfarmaceticorevista

Director emérito:

Josep M.ª Puigjaner Corbella

Director científico:

Asunción Redín (aredin@edicionesmayo.es)

Director:

Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es)

Redactor jefe:

Javier March (jmarch@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.



No hace tantos años que grupúsculos farmacéuticos –los inmovilistas de siempre– acusaban a los responsables corporativos de cobrar comisiones del *lobby* de la cinta adhesiva para que implantaran sistemas de facturación que requerían que los cupones precintos se adhieran a las recetas en vez de ser ensartados por grapas. Hoy las recetas de papel (al menos en el ámbito público) ya son reliquias gracias a la determinación de los que tenían visión de futuro, aunque ni esos han logrado que la gestión digital de los cupones precinto haya visto aún la luz. (Después de una gestación completa del SEVEM, son ya casi nueve meses, no parece que tengamos fecha para el parto de un nuevo sistema de facturación que evite el espectáculo del cúter detrás del mostrador.)

La receta electrónica ha significado cambios profundos pero insuficientes, y aunque algunos demuestren su falta de ambición recreándose en este hito para demostrar la capacidad de modernización de la farmacia, lo cierto es que el sector no debe perder ni un ápice del deseo de ser puntero en el ámbito digital ni puede permitirse el lujo de ver partir el tren de una sociedad que avanza a ritmo de avión supersónico en esa dirección.

No debe asustar al sector invertir tiempo y dinero en la digitalización integral de los procesos de gestión y de administración; ni en abrir las puertas a una comunicación digital con sus clientes, privados o corporativos; ni en establecer nuevas vías de comercialización de productos y servicios. Es cierto que estamos hablando de cambios mucho más radicales que modificar el método de adherencia del cupón, pero entramos en una era en la que la adherencia de los pacientes a los tratamientos pasará también por servicios que requieren la digitalización integral de la farmacia. Sin ese convencimiento, corremos el riesgo de que otros que lo tengan más claro amenacen un espacio que aún es nuestro.

PD: Antes de escribir este editorial he revisado escritos olvidados en los ficheros del ordenador y he encontrado varios parecidos. He estado a punto de borrarlo y buscar algún tema novedoso, pero como podéis comprobar no lo he hecho. He llegado a la conclusión de que el debate entre innovadores e inmovilistas es eterno y vende bien. ●

Francesc Pla

