

Editorial

LIMPIEZA A FONDO

El verano es, para mí, un tiempo provechoso, no sólo porque me brinda algunos días para el descanso (pocos, porque las sustituciones del personal que se halla de vacaciones siempre exigen un esfuerzo extra), sino también porque me permite, precisamente a costa de ese esfuerzo, reparar en cosas a las que el día a día no me deja dedicar demasiada atención. Como cuando realizamos una limpieza a fondo de los armarios y tropezamos con ropa que no hemos usado casi nunca o que redescubrimos con la alegría de estrenar algo nuevo porque ya ni siquiera recordábamos su existencia.

Durante el verano, en la farmacia, me pasa algo similar. El resto del año, la rutina diaria me impide ver el fondo de las cosas (incluidas la situación coyuntural y económica). No me ha dado tiempo a analizar en detalle cómo están afectando todas las medidas fiscalizadoras aplicadas en los últimos meses a la economía de mi farmacia, aunque sí tengo una idea somera de lo que está pasando cada vez que ingresamos la facturación del seguro en el banco. La realidad es que cada vez ingresamos menos a pesar de que el esfuerzo económico, de personal, burocrático, etc. sigue siendo igual o superior.

Y mi capacidad de reacción es escasa, porque la inercia diaria me sigue obligando a centrar mi esfuerzo, de manera prioritaria, en ofrecer la mejor atención posible a mis clientes habituales y a aquéllos que esporádicamente vienen a mi farmacia en esta época del año. Pero ya no puedo eludir la acción: tengo que sentarme a pensar en cómo paliar esta debacle económica.

En esta línea, la «limpieza a fondo» siempre nos depara, cómo no, algún que otro hallazgo poco agradables. Los *stocks*, por ejemplo, son una fuente continua de sorpresas: medicamentos que se vendieron el mes de agosto del año pasado y que por arte de magia quedaron muertos de risa durante un año; restos de cremas o productos para el control del peso que tuvieron su momento de gloria pero han caído en el olvido, como viejas estrellas de cine ya demodés; recetas que tengo que «comerme» porque se en su día se perdió el tique y un largo etcétera de situaciones que todos conoceréis.

Orden, control, gestión: los propósitos de cada nuevo curso son, hoy, más válidos y necesarios que nunca.

Feliz *reentrée*.

MERCÈ PRATS, DIRECTORA

Offarm *Farmacia y sociedad*

Directora: Mercè Prats Mora

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

E-editor: Marta Armengol

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. *Dermofarmacia:* M.T. Alcalde. *Fitofarmacia:* Dr. J. Allué-Creus. *Homeopatía:* Dr. C. Cercavins Font. *Leyslación:* Dra. M.P. Martín Barea. *Historia:* Dr. Juan Esteva de Sagraera, Dr. F.J. Puerto Sarmiento.



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

PUBLICIDAD

Directora de ventas área farmacia y publicidad:
Cristina Zanetti.
Correo electrónico: c.zanetti@elsevier.com

Sede Barcelona

Travessera de Gràcia, 17-21. 08021 Barcelona.
Tel. 932 00 07 11 • Fax: 934 14 77 17

Sede Madrid

José Abascal, 45, 3.º. 28003 Madrid.
Tel.: 914 02 12 12 • Fax: 914 02 09 54

Diseño y diagramación: dtm+tagstudy

Suscripciones y Atención al Cliente:
Elsevier España, S.L.

Travessera de Gràcia, 17-21. 08021 Barcelona
Tel. 902 88 87 40
Correo electrónico: suscripciones@elsevier.com

Tarifas suscripción anual:

Profesional: 90,04 € (IVA incluido)
Empresas e instituciones: 227,95 € (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 bimestral 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

© 2010 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.

Control voluntario
de difusión realizado por

