

Farmacia contemporánea y cultura organizacional: Un cambio que se viene

Prof. SILVIA BERAJÁ¹

En Latinoamérica, el ejercicio profesional en la farmacia oficial o comunitaria no está exento de las características de toda pequeña o mediana empresa contemporánea.

El escenario de trabajo, bajo el influjo de la era globalizadora que envuelve a todo el mundo occidental está sujeto a cambios permanentes que tienen como consecuencia natural una nueva forma de llevar a cabo nuestra tarea.

La farmacia es una organización especial que, en los últimos 17 años, ha experimentado un cambio excepcional como nunca había sucedido.

En efecto, nuestra farmacia no sólo debe estar diseñada para vender y dispensar medicamentos, sino que ha incorporado un área de servicios profesionales que requiere de directores técnicos, auxiliares y personal de contacto con un perfil diferente al que veníamos viendo en los últimos 50 años.

Para llevar adelante una farmacia ya no es suficiente la formación técnico-científica tradicional de la universidad pertinente, sino que a esto hay que sumarle capacitación en temas gerenciales y administrativos.

Esas herramientas son intelectuales y, básicamente, deben provocar cambios actitudinales en todos los actores.

Es decir, necesitamos cambiar la cultura de la organización farmacéutica, alinearla bajo una visión y misión comunes a todos los trabajadores cualquiera que sea el lugar que ocupen dentro de la farmacia para seguir siendo competitivos y sobrevivir a este panorama general en permanente transformación.

En el área estrictamente profesional, la corriente llamada Atención Farmacéutica está modificando el tipo de trabajo profesional: los farmacéuticos asesoran, aconsejan, orientan, realizan trabajos asistenciales, aclaran dudas y acompañan los planes farmacoterapéuticos de los pacientes-clientes.

Pero a esto hay que añadirle el concepto de que el farmacéutico es líder de un equipo de salud que desarrolla atención primaria y preventiva y debe entrenarse y preparar a su equipo convenientemente para optimizar la gestión general del establecimiento farmacéutico. Sabemos que esta tarea no es fácil, pero que ya es insoslayable. Debemos prepararnos para los nuevos tiempos.

Nuestros esfuerzos deben confluir en mejores resultados para lo cual hay que incorporar una mirada social sobre la tarea específica de los farmacéuticos y capacitarse para asumir este nuevo rol que los jerarquiza y los pone en un pie de igualdad con las demás profesiones del mercado.

El farmacéutico debe ubicarse, primero, dentro del nuevo escenario de la globalización para, luego, acometer la tarea de informarse sobre los modelos de liderazgo que puede asumir y, por último, describir un modelo de organización eficaz y eficiente que requiere determinadas

¹ Prof. SilviaBERAJÁ. Prof. en Letras, Escritora, Especialista en Comunicación Farmacéutica, enseña Estrategias de Comunicación en la Farmacia y Discurso Monográfico aplicado a las Ciencias en la Universidad "John F. Kennedy", de Buenos Aires, Argentina. Es titular y directora de **SB SERVICIOS Y PRODUCTOS CULTURALES Y DE ARTE.**

actitudes como la competitividad, la audacia, la ética, la estrategia, la táctica operativa, la confianza o la autoestima como valores a incorporar en el diario quehacer.

Los cambios científico-tecnológicos no pueden ser asumidos si no se provoca un cambio en toda la organización de la farmacia.

Las herramientas tecnológicas sólo pueden ser aplicadas si se produce una apertura mental y una transformación comportamental de todos y cada uno de los miembros del equipo de trabajo farmacéutico.

Éste es el desafío : sumar al cambio tecnológico el cambio desde lo humano para enriquecer el trabajo profesional, actualizarlo y sacar de él el máximo provecho para los profesionales del sector y para toda la sociedad a la que sirven con su tarea.

SILVIA BERAJÁ

silviaberaja@gmail.com