

# La década prodigiosa de la Farmacia Hospitalaria

**GARCÍA PELLICER J**

Jefe de Sección de la Unidad de Gestión Funcional de Logística y Gestión del Conocimiento. Área Clínica del Medicamento. Hospital La Fe. Valencia (España)

Fecha de recepción: 30/07/2019 - Fecha de aceptación: 30/07/2019

La década 2020-2029 está llamada a ser la década prodigiosa de la Farmacia Hospitalaria, y el objetivo no puede ser otro que conseguir de una vez por todas que nuestra profesión sea conocida, reconocida y solicitada.

No es este un objetivo sencillo, sino más bien todo lo contrario, pero es al que hay que aspirar si de verdad entendemos que los pacientes son nuestra razón de ser como profesionales sanitarios.

Ser solicitados por los pacientes, además de por el conjunto de profesionales sanitarios es, sin duda, la máxima demostración práctica de que la Farmacia Hospitalaria habrá alcanzado su madurez profesional, plenamente integrada en la labor asistencial de los equipos multidisciplinares.

Pero para poder alcanzar esta situación, primero deben darse dos premisas. La primera de ellas es que seamos conocidos por la población general, y la segunda, que tengamos el prestigio profesional suficiente para que confíen en nosotros. Y es necesario que se den las dos premisas de forma conjunta, porque que se nos conozca, si no existe confianza en nosotros, vale para poco, y que se tenga confianza en nosotros, pero que la tengan solo unos pocos porque el resto no nos conoce, situación bastante parecida a nuestra realidad actual, tampoco sirve de mucho.

Y para alcanzar este objetivo, necesitamos de una sociedad científica que tenga claros cuales son los ejes conductores que nos dirijan al mismo, pero, sobre todo, que se enfoque en ellos con todas sus fuerzas. Y es que, sin este elemento central aglutinador, es muy difícil, por no decir imposible, llegar a buen puerto.

Teniendo claro que nuestro objetivo necesita de estas dos premisas, la pregunta que surge es, ¿cómo conseguimos que se nos conozca y que se nos reconozca?

## VISIBILIDAD

La única manera real de ser conocido por la población en general es estar presente en los lugares en los que la población general ve y escucha. Es decir, tenemos que estar presentes, de una forma continuada, en los medios audiovisuales de masas.

Podemos efectuar diferentes enfoques dentro de esta orientación, más o menos imaginativos, aunque al menos uno de ellos, necesariamente debe pasar por una labor científica divulgativa de nuestra aportación a los pacientes, para que estos sepan que existimos, lo primero, y qué es lo que podemos hacer por ellos, lo segundo.

Pero este enfoque va más allá, porque debe normalizar nuestra presencia en el entorno sanitario, y también debe permitir que nos diferenciamos de compañeros de otros ámbitos asistenciales, más conocidos por la población general, sin que ello suponga ningún menoscabo para nadie, sino todo lo contrario, una potenciación del aporte de valor conjunto.

Pero la visibilidad también necesita de otras medidas que busquen sinergias con la anterior, y que nos sitúen de forma sistemática al lado de las asociaciones de pacientes y de otras sociedades científicas. Un excelente método podría ser la planificación del conjunto de celebraciones anuales de los "Días de...", junto con otros organismos implicados en cada uno de ellos, participando con el valor que en cada caso en concreto somos capaces de aportar, y aprovechando las sinergias evidentes con los medios de comunicación.

Y esta visibilidad también debe extenderse hacia dentro de los propios hospitales y sistemas sanitarios, visibilizando nuestro aporte de valor a los equipos asistenciales.

Estructurar, promover y facilitar esta visibilidad es una función básica y nuclear de una sociedad científica.

## RECONOCIMIENTO

El reconocimiento necesita a su vez de dos elementos fundamentales, que son conseguir prestigio profesional, y crear y cuidar nuestras relaciones institucionales a todos los niveles del entorno.

El prestigio profesional se basa en el valor que aportamos, y por lo tanto se sustenta en nuestro conocimiento como profesionales sanitarios, el cual pivota sobre la formación y la investigación.

Dicho de otro modo, nuestro valor como profesionales sanitarios radica en el conocimiento que podemos aplicar en beneficio de nuestros pacientes, con el objetivo de mejorar sus resultados en salud y/o calidad de vida.

Por lo tanto, si nuestro valor es el conocimiento, y nuestro prestigio profesional depende de este valor y conocimiento, la forma de aumentar el prestigio profesional es aumentar de forma sistemática nuestro conocimiento, y nuestra capacidad de aplicarlo en los pacientes.

Así, mejorar nuestro conocimiento implica mejorar nuestra formación y la investigación que realicemos, y difundir este conocimiento generado entre el resto de los compañeros.

Por tanto, hay que:

- Promover una formación continua y especializada, dirigida a todos los ámbitos asistenciales en los que participamos.
- Promover y realizar una investigación basada en la medida de resultados en salud, que nos permita comparar y encontrar las formas de aumentar nuestro aporte, y hacerlo de una forma colaborativa y en red, entre las diferentes realidades de nuestra profesión.
- Trasladar y poner a disposición de todos los farmacéuticos de hospital, de forma sistemática, todo el conocimiento generado de forma interna o externa.

Las tres son, nuevamente, funciones básicas de una sociedad científica.

El otro elemento necesario para conseguir el prestigio profesional son las relaciones con otros profesionales sanitarios, con la administración y con los pacientes. Este punto es más importante de lo que pueda parecer, porque en realidad, el prestigio es algo que se nos otorga desde fuera, aunque necesite trabajarse desde dentro para conseguirlo.

Y para que estas relaciones sean correctas y fructíferas, es necesario primero que existan, por lo que hay que tender puentes y crear foros de comunicación mantenidos en el tiempo, y segundo convencer con hechos de que el valor conjunto que aportamos como equipo es superior al que podemos aportar por separado, lo que implica conocer qué necesitan y qué motiva a los demás, y hacer un esfuerzo por adaptarnos, sin perder en este proceso nuestra esencia y razón de ser. Y estas relaciones deben ser globales, es decir, que abarquen a otras sociedades científicas sanitarias, incluidas las farmacéuticas, a la administración sanitaria, y a los propios pacientes a través de sus asociaciones.

Es importante incidir en que estas relaciones no pueden limitarse a nuestras fronteras como país, ya que vivimos en

un mundo global, y tanto la visibilidad, como el conocimiento y la capacidad de influir pueden verse muy beneficiados si se busca un liderazgo compartido a nivel internacional, principalmente en Europa, Estados Unidos y Centro y Sudamérica.

Sin duda, favorecer y promover estas relaciones con el entorno, a todos los niveles, es otra de las razones de ser de una sociedad científica.

### CONCLUSIÓN

En general, definir qué batallas vale la pena pelear, y cuales no, es algo que deberíamos hacer todos, por la simple razón de que nuestros recursos vitales son limitados.

En mi opinión, conseguir que sean los pacientes los que nos soliciten como sus profesionales sanitarios es la batalla que tiene que pelear la Farmacia Hospitalaria en los próximos años, y para la que necesita imperiosamente de una Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria enfocada, unida y convencida.

¿Hacemos juntos de la próxima década, la década prodigiosa de la Farmacia Hospitalaria?