

Artículo Original

Generación de valor en la oficina farmacéutica privada en el Perú

Generation of value in the private pharmaceutical office in Peru

Gustavo V. Bravo, José R. Juárez

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Farmacia y Bioquímica. Lima, Perú.

Resumen

Objetivo: Establecer cuáles son los procesos que generan valor para el paciente /usuario en la Oficina Farmacéutica. **Material y métodos:** se realizó la revisión bibliográfica y lectura crítica de la teoría de la generación de valor para el paciente/usuario; así como la aplicación de estos conceptos a la generación de valor profesional del Químico Farmacéutico y la identificación de los procesos que generan valor en la Oficina de Farmacia. **Resultados:** Se identificaron los procesos que generan valor a nivel de actividades que el profesional Químico Farmacéutico como Director Técnico realiza o supervisa, y es el responsable en la oficina de farmacia. Dichas actividades se han agrupado en: Actividades orientadas al Producto, al Paciente y a la Comunidad y, que cada una de ellas esté relacionada al cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento, Dispensación, Seguimiento Farmacoterapéutico, Farmacovigilancia y Buenas Prácticas de Farmacia. **Conclusiones:** la identificación de los procesos y sus actividades, que generan valor asistencial en la Oficina de Farmacia, son actividades estratégicas y deben ser desarrolladas con prioridad. Los procesos que generan valor asistencial en la Oficina de Farmacia se dan en tres niveles: los orientados al producto, orientados al paciente y orientados a la Comunidad, y son de responsabilidad del Director Técnico del establecimiento, basados en el cumplimiento de las Buenas Prácticas.

Palabras clave: Generación de valor en la Oficina Farmacéutica; Generación de valor; profesional del Químico Farmacéutico.

Abstract

Objective: To establish which are the processes that generate value for the patient / user in the Pharmaceutical Office. **Material and methods:** the literature review and critical reading of the theory of value generation for the patient / user was carried out; as well as the application of these concepts to the generation of professional value of the Pharmaceutical Chemist and the identification of the processes that generate value in the Pharmacy Office. **Results:** The processes that generate value at the level of activities that the Chemist Pharmacist as Technical Director performs or supervises were identified, and he is responsible in the pharmacy office. These activities have been grouped into: Activities oriented to the Product, the Patient and the Community and, that each one of them is related to the fulfillment of the Good Practices of Storage, Dispensation, Pharmacotherapeutic Follow-up, Pharmacovigilance and Good Practices of Pharmacy. **Conclusions:** the identification of the processes and their activities, which generate medical care value in the Pharmacy Office, are strategic activities and should be developed with priority. The processes that generate sanitary value in the Pharmacy Office occur in three levels: those oriented to the product, oriented to the patient and oriented to the community, and are the responsibility of the Technical Director of the establishment, based on compliance with Good Practices.

Keywords: Generation of value in the Pharmaceutical Office, Generation of value, professional of the Pharmaceutical Chemist.

Correspondencia:

Nombre: Gustavo Vladimir Bravo Orellana

Correo: gbravoo@unmsm.edu.pe / gbra80@gmail.com

Recibido: 30/10/2018

Aceptado: 06/02/2019

Citar como:

Bravo, G., Juárez, J. Generación de valor en la oficina farmacéutica privada en el Perú. Ciencia e Investigación 2018 21(2):31-37.

INTRODUCCIÓN

Los admirables avances científicos y tecnológicos que ha conllevado la llamada globalización han creado una interrelación mundial de los aspectos económicos, sociales y culturales en todas las esferas del planeta. Se ha generado un mundo competitivo en que las empresas, a diferencia del pasado concentrada en producir bienes para amplios mercados cautivos, tienen ahora que ganarse la preferencia y lealtad de los consumidores ofreciendo un valor percibido, mayor que la competencia, para poder garantizar su permanencia en el mercado y competitividad.

¿Qué es el Valor percibido?, ¿Por qué es importante? ¿Cómo se crea? ¿Por qué sería relevante para el Farmacéutico? Todas estas son preguntas válidas que revisaremos en el presente artículo.

El Valor Percibido por el Cliente (VPC), según Kotler y Keller ¹ “es la diferencia que aprecia el cliente entre el total de ventajas y el total de costos que supone una oferta respecto de las demás ofertas alternativas. El valor total es el valor monetario percibido del conjunto de ventajas económicas, funcionales y psicológicas que esperan los clientes de una oferta concreta. El costo total es el conjunto de costos en que se incurre a la hora de evaluar, conseguir, utilizar y desechar una oferta concreta (incluidos los costos económicos, temporales, energéticos y psicológicos). Así, el valor percibido por el cliente se basa en la diferencia entre lo que recibe y lo que entrega en las distintas alternativas” (Figura 1).

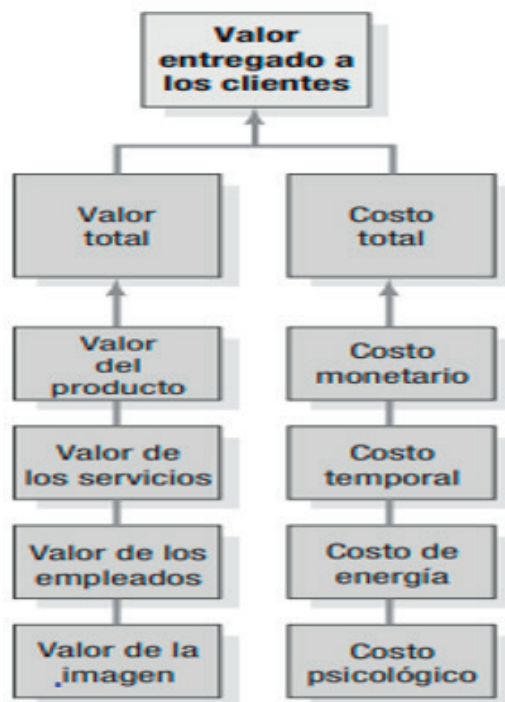


Figura 1. Determinantes del valor entregado a los clientes. Tomado de: Kotler y Lane (2006)

Es decir, como refieren Ferrel y Hartline ², la creación de valor percibido por el cliente (VPC) se genera

al crear una diferencia sustancial entre los “beneficios” que la empresa entrega al cliente a través de la calidad del producto, la calidad del servicio y la calidad basada en la experiencia, y que este sea mucho mayor que el “costo” que le significa al cliente obtener el producto o servicio (costo monetario y costo no monetario, tales como costo de energía, costo psicológico). Los autores mencionados añaden la siguiente fórmula.

$$\text{Valor percibido} = \frac{\text{Calidad del producto central} + \text{Calidad en el servicio al cliente} + \text{Calidad basada en la experiencia}}{\text{Costos monetarios} + \text{costos no monetarios}}$$

Si el costo percibido por el cliente es mayor a los beneficios que brinda la empresa, entonces el valor percibido es negativo, por tanto, en vez de crear valor estamos destruyendo valor. Esto último es grave porque se pierde la preferencia y lealtad de los clientes.

La Generación de Valor Público

En el ámbito de las instituciones públicas, se ha evolucionado desde un concepto de generar el bien público a generar valor público, tal como lo refiere Trefogli ³ en su tesis sobre el tema, tomando las ideas de Mark Moore -uno de los autores que ha resaltado la importancia de la función de los directivos públicos- quien identifica la finalidad de la gestión pública como la creación de valor público, la que consiste en atender las demandas ciudadanas y cuando en dicho proceso la actuación del directivo público es eficaz, eficiente, transparente, equitativa.

Y sus intervenciones a partir de resultados medibles (medible con los indicadores antes mencionados, de efectividad, eficiencia, equidad, transparencia) deben lograr la satisfacción de los ciudadanos en dos planos:

- Los usuarios o beneficiarios directos de los bienes o servicios públicos producidos por la administración pública;
- El resto de ciudadanos, que no son beneficiarios directos de dichos bienes o servicios, pero que autorizan su existencia a través de su satisfacción o tolerancia expresada a través de sus representantes políticos.

La generación de valor social en las profesiones

En este mismo sentido, las profesiones -al igual que las empresas- están inmersas en una dinámica competitiva y en este proceso cambiante, las profesiones requieren renovarse, modificarse e innovar, en ello va su supervivencia.

Abundis⁴, nos recuerda que “Las profesiones tienen un carácter histórico y son cambiantes; se han ido modificando sus metas, formas de ejercicio y relaciones entre colegas y con destinatarios de la actividad, principalmente por la generación de conocimientos y el aumento de la capacidad técnica y humana. Cada una de ellas busca el reconocimiento social, especialmente las disciplinas y áreas difusas. Se fortalecen algunas de las antiguas profesiones, surgen nuevas y se generan y desarrollan los campos interdisciplinarios”.

A diferencia de las empresas, la aceptación como gremio profesional, está en función a su legitimación ante la comunidad.

Fernández⁵, refiriéndose a las profesiones en los tiempos actuales, menciona: *“Las profesiones han sido consideradas como estructuras sociales autónomas en el sentido de que se encuentran formalmente establecidas y legitimadas.[...]En consecuencia, la profesión, como unidad estructural de la sociedad moderna, condensa procesos y elementos de la realidad social, política e ideológica en la que se circunscribe, encontrándose formalmente establecida y legitimada por el sector social que las ha constituido como tales”*

Esta legitimación (reconocimiento social) depende fundamentalmente del valor social que las profesiones generan para la comunidad; es decir, las profesiones son necesarias, indispensables y tienen vigencia en la medida en que se legitiman ante la comunidad, y esto depende del valor social generado en su actividad.

Para establecer la creación de valor en la farmacia asistencial, en términos de beneficios y resultados sobre el paciente, nos guiamos de lo señalado en la Declaración de Tokio⁶ que indica que la atención farmacéutica es un concepto de práctica profesional en el que el paciente es el principal beneficiario de las acciones del farmacéutico.

- Lograr resultados terapéuticos definidos en la salud y la calidad de vida del paciente.
- Lograr la prevención de la enfermedad y la promoción de la salud.

MATERIAL Y MÉTODOS

Revisión bibliográfica y lectura crítica

Los autores llevaron a cabo una recopilación documental y bibliográfica de la teoría de la generación de valor para el usuario usada en el “management” moderno en las empresas e instituciones públicas y entre las principales fuentes consultadas destacan las teorías de Kotler y Keller¹ al respecto y, en la generación de valor público, destacan las obras de Trefogli³ y García⁷ basadas en la teoría de Mark Moore. Asimismo, se revisó la bibliografía respecto a la evolución del ejercicio profesional farmacéutico y las nuevas tendencias, destacando la revisión de fuentes de la OMS, OPS y publicaciones de Documentos de Consenso de Atención Farmacéutica de España; además, se llevó a cabo una búsqueda en la base de datos ProQuest de los artículos más relevantes y recientes que tratasen este tema.

Para la investigación documental de fuentes secundarias, generales y de especialidad, se utilizaron instrumentos fichas bibliográficas, fichas hemerográficas y registro de páginas electrónicas.

Elaboración de la matriz del proceso de valor

En base a la revisión bibliográfica se logra establecer los procesos que generan valor en función al paciente/usuario y se esquematiza una propuesta en la que se relacio-

nan los procesos que generan valor en la Oficina Farmacéutica y su orientación, las actividades que se realizan en cada una de ellas y su relación con las Normas de Calidad vigentes.

RESULTADOS

Generación de Valor en la Oficina de Farmacia

Habiendo definido la creación de valor para el paciente, en la farmacia asistencial, es menester ahora centrarnos en ¿cuáles son esos procesos relevantes que generan valor, específicamente en la Oficina de Farmacia? Es decir, dónde se originan los beneficios para el usuario, que por un lado generan su preferencia y lealtad para la Oficina de Farmacia y, asimismo, en el sentido profesional se genera legitimidad ante la comunidad.

En estos tres niveles ya descritos y de acuerdo parcialmente con lo establecido en el Documento de Consenso de Granada podemos señalar:

1. La Generación de Valor en actividades orientadas al medicamento

Los farmacéuticos realizan actividades de selección, adquisición, almacenamiento, distribución y deben asegurar la calidad de estos en todo este proceso.

La responsabilidad de la Dirección Técnica del establecimiento de garantizar la calidad de los medicamentos y productos farmacéuticos, en todos estos procesos, se realiza a través de la implantación y gestión del Sistema de Calidad de Buenas Prácticas de Almacenamiento, cuyos principales elementos son:

- Personal entrenado y calificado
- Procedimientos estandarizados
- Proveedores calificados
- Infraestructura adecuada
- Productos de calidad
- Condiciones de almacenamiento adecuados
- Gestión de la cadena de frío

Asimismo, la elaboración de productos galénicos: formulaciones magistrales y preparados oficinales, de acuerdo con estándares de calidad se garantiza a través de la implantación y gestión de las Buenas Prácticas de preparados galénicos.

2. La Generación de Valor en las actividades orientadas al paciente

Los farmacéuticos realizan actividades de servicio farmacéutico al paciente según la Guía Práctica para los Servicios de Atención Farmacéutica en la Farmacia Comunitaria⁸:

- **Dispensación:** implicación activa del farmacéutico para ofrecer información suficiente para que los pacientes conozcan la correcta utilización de los medicamentos, así como evitar y corregir algunos problemas relacionados con los medicamentos.

- **Indicación farmacéutica:** implica la ayuda al paciente en la correcta toma de decisiones para el autocuidado de su salud. El farmacéutico desarrolla un papel fundamental optimizando el uso de la medicación en procesos autolimitados.
- **Seguimiento Farmacoterapéutico:** tiene como objetivo la detección de problemas relacionados con medicamentos (PRM), para la prevención y resolución de resultados negativos asociados a la medicación (RNM). Este servicio implica un compromiso, y debe proveerse de forma continuada, sistematizada y documentada, en colaboración con el propio paciente y con los demás profesionales del sistema de salud, con el fin de alcanzar resultados concretos que mejoren la calidad de vida del paciente.

La responsabilidad de la Dirección Técnica del establecimiento de garantizar la calidad de los servicios farmacéuticos en todos estos procesos se realiza bajo las Normas y Manuales de Buenas Prácticas de Dispensación y Buenas Prácticas de Seguimiento Farmacoterapéutico.

La Generación de Valor en las actividades orientadas a la comunidad

La posición de la OPS / OMS⁹ señalan que existen actividades dirigidas a la comunidad y consisten en desarrollar y apoyar programas, y actividades de prevención de enfermedades, así como de promoción y protección de la salud. Promoción y participación en programas transversales para la promoción de la salud y los estilos de vida saludables, y actividades orientadas a obtener resultados en grupos específicos de usuarios.

La responsabilidad de la Dirección Técnica del establecimiento de garantizar la calidad de las acciones de salud

pública en el nivel de atención primaria, en todos estos procesos se realiza en el marco de las Buenas Prácticas de Farmacia.

Entre las principales actividades de Salud Pública de la oficina farmacéutica en el nivel de Atención Primaria, son:

- Promoción y prevención de la salud
 - Educación sanitaria
 - Inmunizaciones
 - Cribaje de enfermedades crónicas (presión arterial, peso, colesterol, glucosa)
 - Diagnóstico rápido de enfermedades (rapid – test)
 - Prevención y orientación sanitaria en:
 - Nutrición
 - Estilos de vida
 - Automedicación
 - Uso racional del medicamento
 - Tabaquismo, alcoholismo y dependencia
 - TBC
 - Enfermedades sexuales transmisibles
- Atención sanitaria básica
 - Asistencias básicas de salud
 - Primeros auxilios e inyectables
- Farmacovigilancia

En la tabla 1, se presenta un resumen de las actividades que generan valor

Tabla 1. Actividades que generan valor en la Oficina de Farmacia

Orientación	Actividades que generan valor	Normativa
Actividades orientadas al medicamento	Adquisición, distribución, selección, almacenamiento y desecho del medicamento y deben asegurar la calidad de estos en todo este proceso.	Buenas Prácticas de Almacenamiento R.M. 132-2015 – MINSA (02 de marzo del 2015)
	Elaboración de Formulaciones Magistrales y Preparados Oficiales	Buenas Prácticas de Distribución y Transporte R.M. N.º 833-2015/MINSA (23 de diciembre de 2015)
		Buenas Prácticas de Productos Galénicos y Recursos Terapéuticos Naturales R.M. 125-2000/MINSA (06 de abril del 2000)
Actividades orientadas al paciente	Dispensación	Buenas Prácticas de Dispensación R.M. 013-2009 – MINSA (15 de enero del 2009)
	Indicación Farmacéutica	
	Seguimiento Farmacoterapéutico	Buenas Prácticas de Seguimiento Farmacoterapéutico (en proyecto en DIGEMID - MINSA)
Actividades Orientadas a la Comunidad	Promoción y Prevención de la Salud	Buenas Prácticas de Farmacovigilancia D.S. N.º 013-2014-SA R.M. N.º 539-2016/MINSA (27 de julio del 2016)
	Atención sanitaria Básica	
	Farmacovigilancia	Buenas Prácticas de Farmacia (en proyecto en DIGEMID - MINSA)

Fuente: elaboración propia

DISCUSION

La Declaración de Tokio⁶ que indica que la atención farmacéutica es un concepto de práctica profesional en el que el paciente es el principal beneficiario de las acciones del farmacéutico, constituye uno de los documentos que condensa la evolución misma que ha tenido la farmacia asistencial y su orientación. Sobre el discurrir de esta evolución de la profesión, algunos autores, como Bonal¹⁰, nos refiere que en el pasado “*la práctica farmacéutica hacía énfasis en el medicamento como producto y no prestaba especial atención a los efectos que el fármaco podía tener para los pacientes, a los errores de medicación, a los problemas derivados del uso o mal uso de medicamentos y mucho menos a los resultados obtenidos con los tratamientos farmacológicos. [...], los farmacéuticos empezaron a responsabilizarse de cómo se utilizan los medicamentos en los pacientes y con ello, cambian la orientación profesional que anteriormente ponía su énfasis en el producto farmacéutico...*”

La OMS y FIP¹¹, en un documento publicado sobre el Desarrollo de la Práctica de Farmacia refieren: “*Durante las cuatro últimas décadas ha habido una tendencia a cambiar la práctica del farmacéutico; de su función original de suministro de medicamentos a una orientación en el cuidado del paciente. El papel del farmacéutico ha evolucionado desde un elaborador y dispensador de fármacos hacia un proveedor de servicios y de información y, últimamente, como proveedor de cuidados de salud. En concreto, la tarea del farmacéutico consiste en asegurar que la terapia que recibe el paciente sea la mejor indicada, la más efectiva disponible, la más segura posible y cómoda para el paciente de las disponibles*”.

Así, en el Documento de Consenso sobre Atención Farmacéutica en España¹² se plasma claramente esta orientación (Figura 2), y se señala que la **Atención Farmacéutica** es la participación activa del farmacéutico para la asistencia al paciente en la dispensación y seguimiento

de un tratamiento farmacoterapéutico, cooperando así con el médico y otros profesionales sanitarios a fin de conseguir resultados que mejoren la calidad de vida del paciente.

También conlleva la implicación del farmacéutico en actividades que proporcionen buena salud y prevengan las enfermedades.

Estos documentos y declaraciones referidos hacen énfasis en la orientación de la labor del farmacéutico hacia el paciente y, muy débilmente, se insinúa la participación protagónica del profesional de la oficina de farmacia en la Salud Pública.

En nuestro país, a nivel de la farmacia privada no existe evidencia de la realización del seguimiento farmacéutico, por diversas razones, sin embargo, es una actividad que ya cuenta con una base legal en nuestro país, tal como la Ley de los Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos N.º 29459 en el Artículo 22º, establece cumplir las buenas prácticas, entre las que se encuentran las Buenas Prácticas de Dispensación y las Buenas Prácticas de Seguimiento Farmacoterapéutico. En el Artículo 32º establece la obligación de cumplir con lo normado en las Buenas Prácticas de Dispensación y Seguimiento Farmacoterapéutico, conformando las Buenas Prácticas de Atención Farmacéutica. Asimismo, el Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos DS N° 014- 2011-SA, en el Artículo 5º, 34º, 60º, 110º y 126º señala que se deben cumplir las Buenas Prácticas de Dispensación, Farmacovigilancia y Seguimiento Farmacoterapéutico.

Por otro lado, cada vez, se observa una tendencia hacia la orientación de sus servicios hacia la comunidad con el ejercicio de la salud pública. Así, la Asociación Americana de Salud Pública (APHA)¹³ indica que el papel del farmacéutico se está expandiendo más allá de las funciones tradicionales orientadas a las acciones de dispensar y distribuir medicamentos, y suministros de salud. Añade

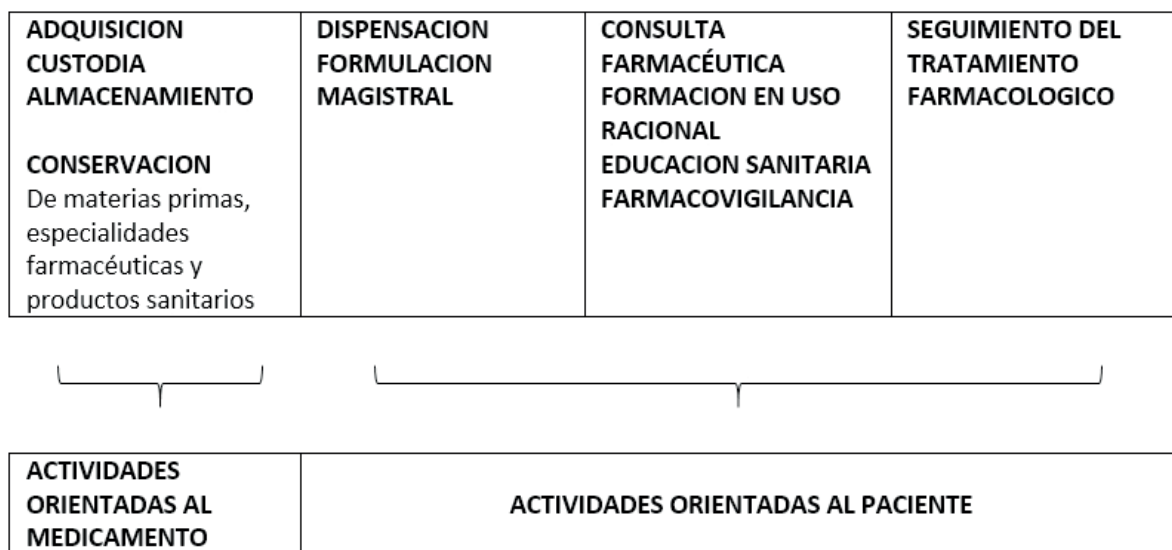


Figura 2. Esquema actividades asistenciales.
Fuente: Documento de Consenso sobre Atención Farmacéutica.
Madrid (España): Ministerio de Sanidad y Consumo, 2001.

que los servicios del farmacéutico de hoy incluyen más funciones orientadas al paciente, administrativas y de salud pública. Hay muchas funciones de salud pública que pueden beneficiarse de la experiencia única de los farmacéuticos, que pueden incluir farmacoterapia, acceso a la atención y servicios de prevención. Además de dispensar medicamentos, los farmacéuticos han demostrado ser un recurso accesible para información sobre salud y medicamentos. La ubicación centralizada del farmacéutico en la comunidad y la experiencia clínica son invaluable.

En un estudio mundial, siguiendo la metodología de metaanálisis, con énfasis en estudios de países desarrollados liderados por Chijioke¹⁴, sobre los servicios farmacéuticos de salud pública, se concluye:

- La efectividad de las intervenciones de salud pública -basadas en la farmacia comunitaria- se demostró en el abandono del hábito de fumar, la promoción de la salud, el cribado de enfermedades y las actividades preventivas, la provisión de anticonceptivos hormonales de emergencia y los servicios de vacunación.
- La viabilidad y la aceptabilidad de estos servicios debido a la percepción de la facilidad de acceso y la conveniencia.
- Existe evidencia (no concluyente) de ahorro en los costos como resultado de que los farmacéuticos comunitarios proporcionen algunos de estos servicios.

Algunas de las funciones señaladas en los servicios farmacéuticos orientados a la Comunidad¹⁵ no están permitidas en la actual legislación nacional; sin embargo, la realidad de otros países sobre los servicios farmacéuticos¹⁶, nos hace mencionar que, darle un marco normativo nuevo al ejercicio profesional en la Oficina Farmacéutica es una tarea pendiente y necesaria.

En base a la revisión bibliográfica y la discusión de la misma, podemos concretar que se observan tres etapas en la evolución de la orientación profesional farmacéutica y estas son:

- Primera: orientación al medicamento (almacenamiento y conservación)
- Segunda: orientación al paciente (consultor del medicamento y responsable de la farmacoterapia)
- Tercera: orientación a la Comunidad (Proveedor de servicios de prevención y promoción de la salud)

CONCLUSIONES

1. Los procesos y sus actividades que generan valor asistencial en la oficina de farmacia para el paciente /usuario identificadas, son actividades estratégicas y deben ser desarrolladas con prioridad.
2. La generación de valor es la base de la satisfacción del usuario con el servicio y la generación de su fidelidad y reconocimiento. Asimismo, es la base

de la legitimación de las profesiones y en particular de la profesión farmacéutica.

3. Los procesos que generan valor en la oficina de farmacia identificados, son de responsabilidad del Director Técnico del establecimiento y están basados en el cumplimiento de las Buenas Prácticas.
4. Los procesos que generan valor asistencial en la oficina de farmacia se dan en tres niveles, los orientados al producto, orientados al paciente y orientados a la comunidad
5. Las funciones de Seguimiento Farmacoterapéutico, aún no se realizan en nuestro país en la Oficina de Farmacia privada, pero tiene una base legal obligatoria y la normativa más específica se encuentra en proceso de implementación.
6. Funciones tales como vacunación y otras señaladas en los servicios farmacéuticos orientados a la comunidad, no están permitidas en la legislación nacional, lo cual lo hace una tarea pendiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Kotler P, Keller KL. Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad. En: Pearson Educación Editores. Dirección de Marketing, 12ª ed. México: Editorial Prentice Hall Inc; 2006. p. 139 -159
2. Ferrell OC, Hartline MD. Desarrollo y mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes En: Cengage Learning Editores. Estrategia de marketing. 5ta Ed. México: D.F. Corporativo Santa Fe; 2012. p. 354 -385
3. Trefogli WGA. Gestión estratégica y creación de valor en el sector público: estudio de caso sobre el desarrollo de evaluaciones de conocimientos en el servicio civil peruano (2008-2012) [Internet] [Tesis]. Lima: Facultad de Gestión y Alta Dirección PUCP; 2013. 108 p. [consultado el 8 julio 2018]. Disponible en: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4790/TREFOGLI_WONG_GUILLERMO_GESTION_DESARROLLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Abundis F. El papel de las profesiones dentro de la dinámica de la vida social [Internet]. En: Primer Congreso Internacional de Investigación Educativa RIE-Universidad Autónoma de Nuevo León; agosto 2013; Monterrey México [consultado el 09 mayo 2018]. Disponible en: http://eprints.uanl.mx/8028/1/a2_1.pdf
5. Fernández JA. Elementos que consolidan al concepto de profesión. Revista Electrónica de Investigación Educativa, Facultad de Filosofía Benemérita Universidad Autónoma de Puebla San Pablo. [Internet] 2001; 3(1): 23-39, [consultado 11 de junio 2018]. Disponible en: <https://redie.uabc.mx/redie/article/viewFile/40/75>
6. Federación Internacional Farmacéutica. El Papel del Farmacéutico en el Sistema de Atención de Salud [Internet]. Tokio (Japón): Declaración de Tokio, Informe de La Reunión de la OMS de Buenas Prácticas de Farmacia: Normas de Calidad de Servicios Farmacéuticos, 31 de agosto al 3 de septiembre de 1993, [Consultado 12 diciembre 2017], Disponible en: <http://www.ops.org.bo/textocompleto/ime9848.pdf>
7. García-Reátegui JH. Gestión pública y valor público Revista Actualidad Gubernamental [Internet], abril 2015, N° 78: 4-6

- [consultado 12 agosto 2018]. Disponible en: http://aempresarial.com/web/revitem/24_17472_07084.pdf
8. Foro de Atención Farmacéutica. Guía Práctica para los Servicios de Atención Farmacéutica en la Farmacia Comunitaria [Internet]. Madrid: Ed. Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos; 10 de mayo 2010. [consultado 22 agosto 2018]. Disponible en: http://www.pharmaceutical-care.org/archivos/812/cuaderno_foro-v17_56_pag_alta.pdf ISBN-13: 978-84-693-1717-4
 9. Organización Panamericana de la Salud. Servicios farmacéuticos basados en la atención primaria de salud [Internet]. Documento de posición de la OPS/OMS. Washington, DC: OPS; 2013 [consultado 06 noviembre 2017], Disponible en: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/SerieRAPSA-No6-2013.pdf> ISBN 978-92-75-31750-1
 10. Bonal J, Alerany C, Bassons T, Gascón P. Farmacia Clínica y Atención Farmacéutica. En: Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria. Libro de Farmacia Hospitalaria. 3a. Ed. Madrid: SEFH. [Internet] 2002: 275-93 [citado el 09 de julio 2018]. Disponible en: <http://www.sefh.es/bibliotecavirtual/fttomo1/cap21.pdf>.
 11. OMS y Federación Internacional Farmacéutica. Manual de Desarrollo de la práctica de farmacia Centrada en la atención del paciente [Internet]. Ginebra: Organización Mundial de la Salud, 2006; [consultado 6 octubre 2017]. Disponible en: <http://apps.who.int/medicinedocs/es/m/abstract/Js14094s/WHO/PSM/PAR/2006.5>
 12. Grupo de Expertos en Atención Farmacéutica - Ministerio de Sanidad y Consumo. Documento de Consenso sobre Atención Farmacéutica [Internet]. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo, 2001, [Consultado 13 marzo 2016], Disponible en: http://www.ub.edu/farmaciaclinica/projectes/webquest/WQ4/docs/msc_consenso%20af.pdf
 13. APHA. The Role of the Pharmacist in Public Health [Internet]. Washington: American Public Health Association; noviembre 2006; [consultado 22 de febrero 2018]. Disponible en: <https://www.apha.org/policies-and-advocacy/public-health-policy-statements/policy-database/2014/07/07/13/05/the-role-of-the-pharmacist-in-public-health>
 14. Chijioke A, Udoh A, Kpokiri E, Osuku-Opio J. Contribución de los farmacéuticos de la comunidad a la salud pública: evaluación de la base de evidencia global. *Pharmaceutical Journal Issue: Clinical Pharmacist* [Internet], April 2018;10(4):13-19 [consultado el 12 agosto 2018]. Disponible en: <https://www.pharmaceutical-journal.com/research/review-article/community-pharmacists-contribution-to-public-health-assessing-the-global-evidence-base/20204556.article?firstPass=false> DOI: 10.1211/CP.2018.20204556.
 15. Gastelurrutia MA. El rol de la farmacia comunitaria en salud pública. (El caso del farmacéutico ante las toxicomanías). *Revista Farmacéuticos Comunitarios* [Internet]. Abril 2012;4(2):78-83. [consultado el 08 de agosto 2018], Disponible en: <http://www.farmaceticoscomunitarios.org/system/files/journals/152/articles/04-78-83.pdf>
 16. Anderson S. Community pharmacy and public health in Great Britain, 1936 to 2006: how a phoenix rose from the ashes. *Journal of Epidemiology & Community Health* [Internet], 2007; 61:844-8 [consultado el 22 de marzo 2018]. Disponible en: <https://jech.bmj.com/content/61/10/844#> DOI: 10.1136/jech.2006.055442.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Fuente de financiamiento: Autofinanciado