

JORDI DE BOLÓS GIRALT, FARMACÉUTICO TITULAR DE LA FARMACIA BOLÓS

# “Lo único que entiende la Administración es el parámetro económico”



LA FARMACIA BOLÓS, UNA BOTICA MODERNISTA QUE ABRIÓ SUS PUERTAS EN 1902 EN EL ENSANCHE DE BARCELONA, FUE LA PRIMERA PORTADA DE NUESTRA REVISTA HACE YA DIEZ AÑOS. HOY VOLVEMOS A ENCONTRARNOS Y A VALORAR CÓMO HA CAMBIADO LA SITUACIÓN DE LA FARMACIA.

Cuando uno se acerca a la Farmacia Bolós, parece que el tiempo se haya congelado. Su impresionante y preciosa puerta modernista de madera, las vidrieras, sus pinturas murales, vitrinas y todos los elementos que han sido primorosamente conservados nos trasladan a otra época.

Sin embargo, hablando con su farmacéutico titular, **Jordi de Bolós Giralt**, nos encontramos una visión de futuro, de servicios y buena gestión, una manera de ver las cosas que ya era clarividente y avanzada hace diez años. “Mi visión es desde la perspectiva de una farmacia céntrica de gran ciudad. Creo que la farmacia, en general, ha mejorado muchísimo a nivel comercial. Nuestras grandes ciudades han empezado a expulsar habitantes del centro para poblarse de turistas, oficinas, restaurantes... El comercio tradicional que llenaba estos centros comerciales ha ido desapareciendo, y en su lugar han aparecido cadenas de restaurantes, grandes tiendas, etc. Este hecho puede parecer intrascendente para nuestras pequeñas farmacias, pero no lo es. En general, las farmacias en el centro son pequeñas, lo que limita su surtido y la capacidad de ofrecer lo que busca nuestro nuevo cliente. Ya no es el vecino, son ejecutivos y ejecutivas y una población flotante muy importante, configurada cada vez en mayor proporción por turistas que solo nos visitan una o dos veces, y que buscan placer mientras compran. Exigen gran surtido y grandes marcas de cosmética, y la semejanza entre una perfumería y una farmacia, a primera vista es evidente. Este panorama ha obligado a las farmacias a una rápida adaptación.”





## Esencia

Esta mezcla de pensamiento innovador y respeto por la conservación del pasado, en una farmacia que es una obra de arte, convierten este negocio en algo muy especial. El cariño por la profesión y el reconocimiento a su legado histórico se desprenden de las palabras de Bolós. *“La verdad es que yo he crecido en esta farmacia y la respeto muchísimo, en ella han trabajado grandes profesionales como el Dr. Novellas, mi abuelo Antoni de Bolós i Vayreda y mi Padre Jordi de Bolós Capdevila. He tenido que hacer muchos cambios, pero siempre he intentado preservar la esencia más íntima y genuina”*. En este camino de tradición y modernidad, el farmacéutico tiene las ideas claras sobre cuáles son los retos actuales que está enfrentando la profesión, y señala que el más importante es *“reivindicar el papel del farmacéutico como actor de pleno derecho en el sistema de salud, en igualdad a médicos y enfermeros”*. Además, con respecto a la actualidad de la profesión, nos comenta que le preocupa cómo algunos farmacéuticos están sembrando minas en su propio tejado, planteando algunas preguntas para la reflexión. *“¿Cómo puede un farmacéutico tener más de una farmacia, falseando la propiedad a través*

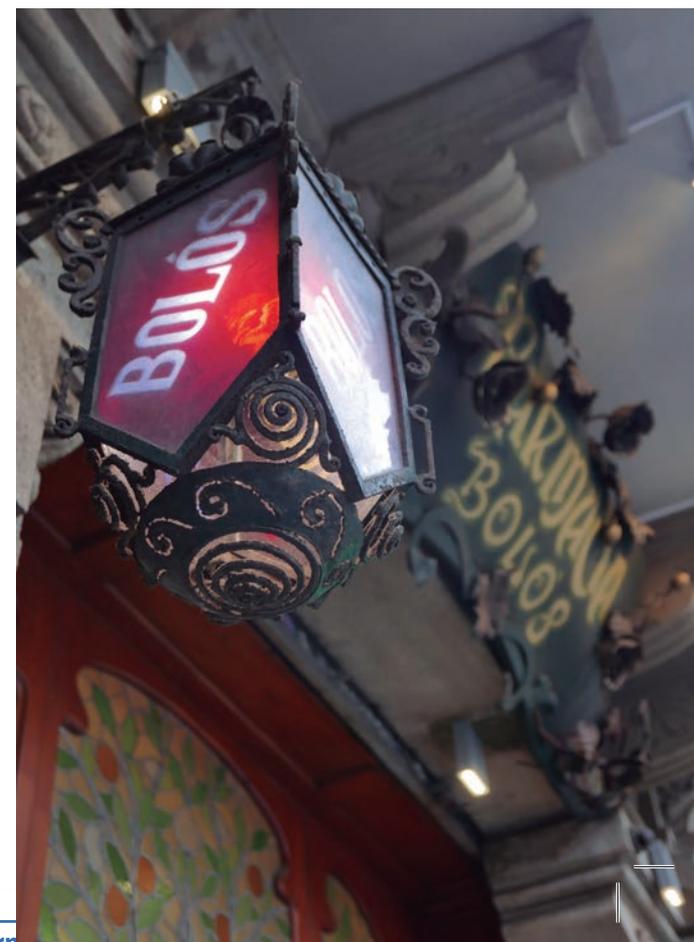
**“HE TENIDO QUE HACER MUCHOS CAMBIOS, PERO SIEMPRE HE INTENTADO PRESERVAR LA ESENCIA MÁS ÍNTIMA Y GENUINA”**

*de farmacéuticos que se prestan al juego? ¿Cómo pueden los colegios verlo y no actuar? ¿Qué diferencia hay entre esta práctica y que venga una gran cadena y monte farmacias usando el mismo sistema?”*

## Servicios

Cuando entrevistamos a Jordi Bolós en 2008, ya nos hablaba de una farmacia del futuro basada en los servicios, y de hecho en la Farmacia Bolós ya iniciaban el servicio de SPD, algo que era innovador. Le preguntamos si piensa que aquel futuro que pronosticaba ha llegado. *“Yo veía la farmacia como un centro donde todo el tema de salud tuviera un peso importante, y donde se pudieran prestar servicios destinados a su mejora. En una pequeña parte se ha hecho realidad: programa de metadona, detección cáncer de colon, salud cardiovascular, tests rápidos de VIH... Pero siempre he tenido la sensación de que las administraciones públicas no han creído demasiado en el potencial que tienen las farmacias. Lo único que entiende la Administración es el parámetro económico. Muy a menudo, vemos programas de medicación donde hay actividades farmacológicas opuestas, y no tenemos la capacidad de racionalizar estas pautas, ni un sistema eficaz para mandar alerta*

*a los médicos. En algunos casos no podemos ni cambiar el tamaño de los envases. Creo que la colaboración entre profesionales de la salud, el poder compartir historiales en igualdad de condiciones, sería una primera fase para, en una segunda, empezar con programas pagados por la administración, las posibilidades son enormes”*. Con respecto a la generalización en la mayoría de las farmacias del servicio de SPD, muestra su preocupación sobre aquellas que se espe-





Bolós reivindicó en 2008, cuando la mayoría de las farmacias ni siquiera habían oído hablar de este lenguaje, y en este sentido el farmacéutico sigue defendiendo que *“la gestión es la clave para hacer rentable una farmacia. Sigo una gestión lo más profesional posible, pero adaptada a mi público. No me valen los típicos parámetros de rotación y rentabilidad, sino que he tenido que perfeccionar este trabajo, estableciendo tendencias de mercado y apostando por ellas. Esto inevitablemente baja la rotación. Actualmente el tamaño de mi farmacia me permite ir por solitario, pero a pesar de ello sigo compartiendo información y compras con otras farmacias. A mi modo de ver, es más importante compartir información que compartir compras. No entiendo porque*

*las farmacias son tan recelosas en este tema”.*

Nos cuenta, además, que tiene la suerte de tener una hija farmacéutica, y con ella ha empezado a introducir la Farmacia Bolós en el mundo online, con una web específica de cosmética. *“Creo que las farmacias no deben tener miedo al negocio digital, y que tarde o temprano no tendrán otro remedio que abrir tienda. El negocio online no es fácil ni barato, pero lo contemplo como una línea de futuro”.* Concretamente, se han especializado en una línea de productos, el ácido hialurónico, al que ha llegado a través de la prospección de mercados. Actualmente en la Farmacia Bolós la dermofarmacia representa entre el 60 y el 70% de las ventas. +

cializan en la fabricación de SPD's con robots, no por la utilización del robot en sí, sino porque *“se usa como arma comercial para ir quedándose con todos los centros geriátricos, y al final se acaba degenerando en grandes centros de rebasado de medicamentos. Este proceso de concentración impide que la farmacia que está al lado del centro geriátrico se quede con este gran cliente. No estoy en contra que haya farmacias especializadas en SPD's, igual que las hay en formulación magistral, estoy en contra de que estos centros puedan quedarse con todos los geriátricos de una comunidad. Deberían de trabajar por encargo de otra farmacia, igual que se hace con la formulación, y cobrar por ello”.*

### Gestión y negocio

La necesidad de hacer una gestión eficiente y adecuada fue otro de los puntos que Jordi de



**“ES MÁS IMPORTANTE COMPARTIR INFORMACIÓN QUE COMPARTIR COMPRAS. NO ENTIENDO PORQUE LAS FARMACIAS SON TAN RECELOSAS”**