

José Miguel González, titular de la Farmacia Michavila 13

“Los influencers pueden condicionar las decisiones de los pacientes antes incluso de entrar en la farmacia”



La Farmacia Michavila 13 en Madrid, arraigada en el barrio madrileño de Coslada durante más de dos décadas, testimonia la evolución comunitaria. Bajo la dirección de José Miguel González, ha crecido junto a sus vecinos, siendo un punto de encuentro para el bienestar. Con servicios diversos y un enfoque centrado en el paciente, se ha ido adaptando a las cambiantes necesidades y a los avances tecnológicos, además de dirigirse al creciente sector del autocuidado

La Farmacia Michavila 13 es un establecimiento que nació al unísono del barrio madrileño Coslada (Madrid) y cuenta ya con más de dos décadas de existencia. Es un conmovedor testimonio de la evolución de la comunidad a la que sirve.

El negocio fue adquirido hace unos cinco años por su actual propietario y creado por un profundo amor por la farmacia desde la infancia, "Decidí estudiar farmacia porque me ha fascinado desde pequeño el hecho de que al tomar un comprimido, puedas curarte, es algo mágico", asiente su titular, José Miguel González.

A lo largo de los años, esta farmacia ha crecido junto a los vecinos del barrio, convirtiéndose en un punto de referencia para la atención médica y el bienestar. Lo que antes solía ser un lugar para padres con niños pequeños, ahora recibe a una nueva generación de abuelos que llegan con sus nietos en busca de soluciones para distintas afecciones. Esta conexión entre generaciones muestra la sólida confianza que esta farmacia ha construido con su comunidad.

Con el paso de los años, se ha observado un cambio significativo en la dinámica de la clientela. De tratar patologías leves y transitorias, la farmacia ahora es testigo de una pre-

valencia cada vez mayor de enfermedades crónicas y complejas. En este contexto, la demanda primordial sigue siendo la de medicamentos, aunque los complementos nutricionales han ido ganando terreno en importancia. Además, la atención hacia la higiene bucal y el cuidado de la piel han cobrado relevancia, siendo impulsadas en este establecimiento por la creciente demanda de los mismos.

Los pacientes como el núcleo de la farmacia

La Farmacia Michavila 13 se llama así porque se halla en la Calle Dr. Michavila, 13 de la localidad madrileña de Coslada. Tiene un horario de doce horas de apertura diarias, desde las 9,30 hasta las 21.30 horas, de lunes a sábado.

Sus clientes o pacientes mayoritarios, explica su titular José Miguel González, “no son muy mayores, pero sí con cierta edad, de cincuenta a setenta y algo y lo que más se demanda en esta oficina de farmacia son productos para el autocuidado”.



"DECIDÍ ESTUDIAR FARMACIA PORQUE ME HA FASCINADO DESDE PEQUEÑO EL HECHO DE QUE AL TOMAR UN COMPRIMIDO PUEDES CURARTE, ES ALGO MÁGICO"

En esta línea, José Miguel detalla que los productos más vendidos son de dietética, complementos alimenticios, o para mejorar patologías que puedan tener estos pacientes, como colesterol, problemas de circulación o de articulaciones, además de la gama de bucal, sobre todo tras el auge de clínicas dentales, que conllevan un mayor cuidado de nuestra boca y, por tanto, mayor demanda de productos para ello. Aunque en estos más de 20 años de existencia de la farmacia no ha cambiado el perfil de los clientes, el titular explica que “a raíz de la pandemia, la gente mira más los precios”.

“Los lineales de la farmacia son principalmente la higiene bucal, el cuidado corporal y los complementos nutricionales, representando el 75% de la exposición de la farmacia”, destaca el farmacéutico.

Los servicios ofrecidos son diversos, desde mediciones de peso y tensión hasta la adquisición de productos de parafarmacia, lo que refleja un compromiso con la comodidad y el bienestar de los pacientes.



La suplementación con probióticos Lab4 + vitamina C puede ser beneficiosa en la prevención y el tratamiento de las ITRS¹

ProFaes4[®]
Probióticos
Dual Vit



1. Garaiova I, et al. Probiotics and vitamin C for the prevention of respiratory tract infections in children attending preschool: a randomised controlled pilot study. Eur J Clin Nutr. 2015;69(3):373-9. 2. Hepburn NJ, et al. Probiotic supplement consumption alters cytokine production from peripheral blood mononuclear cells: a preliminary study using healthy individuals. Benef Microbes. 2013;4(4):313-7.

“CONSIDERO QUE LAS CATEGORÍAS QUE EXPERIMENTARÁN UN AUMENTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS SON LAS RELACIONADAS CON EL AUTOCUIDADO”



“Nuestra filosofía es que nuestros clientes-pacientes son el núcleo de la farmacia. Debemos asistirlos con sus medicamentos, optimizar su uso, brindarles asesoramiento y buscar la eficacia de los tratamientos”, afirma José Miguel. A medida que el tiempo avanza, la visión se amplía hacia la implementación de servicios avanzados, tales como análisis capilares y dermatológicos, respaldada por la colaboración con la Sociedad Española de Farmacia Clínica (SEFAC).

Influencers y redes sociales: el cambio generacional

Esta farmacia visualiza la evolución del campo farmacéutico como una expansión de servicios, basada en el conocimiento y apoyada por la adopción de nuevas tecnologías. En un contexto en el que la población española envejece y muestra una creciente preocupación por la salud, la farmacia se convierte en un sólido apoyo para la atención y el bienestar.

“Es fundamental tener como pilar el valor y conocimiento científico, incluyendo poseer un grado en farmacia. Es necesario que nos especialicemos aún más, para lograr un mayor dominio en lo que dispensamos, ya sea en medica-



“DEBEMOS ADAPTARNOS A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COEXISTIR CON ELLAS”

mentos o productos de parafarmacia”, declara el titular.

“Debemos adaptarnos a las nuevas tecnologías y coexistir con ellas. Es importante ser conscientes de que los pacientes suelen buscar información en internet y en redes sociales acerca de sus patologías. Además, los influencers pueden condicionar las decisiones de los pacientes antes incluso de entrar en la farmacia”, señala José Miguel.

El autocuidado, dejando huella en la farmacia

En este horizonte, se vislumbra una tendencia ascendente en la categoría de autocuidado, donde los pacientes buscan complementar su bienestar mediante productos y servicios que apoyen su salud general. “Considero que las categorías que experimentarán un mayor aumento en los próximos años serán las relacionadas con el autocuidado, las que tienen como objetivo final lograr una salud óptima y mejorar la que ya se posee”, añade el sanitario. La preocupación por la alimentación y la actividad física está en alza, lo que sugiere una creciente demanda en productos que puedan contribuir a alcanzar una óptima salud.

Para los futuros farmacéuticos de oficina de farmacia, se traza un camino de formación sólida y continua. La farmacia moderna exige un profundo conocimiento de los productos que se dispensan, y esta farmacia reafirma que su valor primordial se basa en ese entendimiento. La empatía y las habilidades sociales son igualmente esenciales en el trato con los pacientes, mientras que el trabajo en equipo se erige como un pilar fundamental para lograr una atención más efectiva y satisfactoria.