

Comunidad Valenciana y Murcia: así son sus farmacias

EN ESTE ARTÍCULO CONOCEREMOS EL ENTORNO, EL POTENCIAL, EL NIVEL DE DIGITALIZACIÓN Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LAS BOTICAS DE ESTAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE LA MANO DE LA CONSULTORA SHOPPERTEC.

Farma Shopper. Este estudio nos ayuda a conocer el proceso de compra del comprador de cada categoría de venta libre con una perspectiva multicanal (además de en la farmacia en otros canales como online y parafarmacia), teniendo la perspectiva prepandemia, pandemia y vuelta a la normalidad con la nueva edición del estudio realizado en 2022.

Los hábitos de compra han cambiado (según el 56% de los compradores de venta libre en farmacia) y continuarán cambiando (54% compradores venta libre farmacia), según el estudio *Farma Shopper 2022*. Estos cambios de hábitos han impactado en nuestras decisiones de compra y en la elección de la farmacia. La cercanía sigue siendo el primer motivo, pero con la crisis sanitaria ha cobrado mayor importancia. En 2018 (antes de la pandemia), el 76% de los compradores que acudían a la farmacia lo hacían desde una distancia de menos de 10 minutos y se desplazaban a ella desde su casa (65%). En 2022, el 88% declaran encontrarse a una distancia de menos de 10 minutos y acuden desde sus casas en el 85% de los casos, por lo que es clave analizar la información el entorno más cercano de la farmacia.

Normalmente Shoppertec, en sus proyectos, utiliza la distancia andando a la farmacia en un tiempo de 5, 10 y 15 minutos. En este artículo nos centramos en la información a una distancia de 10 minutos, que nos permite definir un perfil aproximado del comprador habitual y potencial. Para conocer mejor a los compradores de la farmacia, analizamos variables clave como la edad, el sexo, el gasto por cápita, el nivel de estudios o el tamaño y tipología de sus hogares. En cuanto a la farmacia, analizamos su entorno competitivo, su potencial en venta libre, las entidades sanitarias cercanas (hospitales, centros de salud y clínicas) o su perfil digital.

En este artículo queremos dar una visión general del entorno de las farmacias de la Comunidad Valenciana y Murcia, destacando semejanzas y diferencias entre ellas. Para ello, empezaremos analizando la información sociodemográfica y económica en el área de influencia a 10 minutos andando de la farmacia. En cuanto a la población por farmacia, observamos que ambas comunidades concentran mayor población por farmacia a 10 minutos: 1.666 en la C. Valenciana y 1.942 en Murcia vs 1.558 personas según la media nacional.

La capacidad de gasto media de la población en España es de 13.752€. Murcia está por debajo con 11.882€ y la C. Valenciana ligeramente por encima de la media, con 13.822€. En cuanto al tamaño de los hogares, en Murcia hay 2,64 personas por hogar, una cifra algo superior a las 2,50 que conforman la media nacional. La Comunidad Valenciana, por su parte, registra 2,40 personas por hogar.

El potencial de la farmacia

Para calcular el potencial de la farmacia, Shoppertec cuenta con variables clave asociadas a cada una de las farmacias, que permiten estimar el potencial de cada una de ellas sin necesidad de extrapolar la información. Entre las variables clave, Shoppertec ha desarrollado el IAM (Índice de Actividad de Marca), elaborado en base a más de 153 marcas auditadas de más de 96 laboratorios. El IAM, junto con la afinidad al target (público objetivo) y otras variables asociadas a las farmacias, nos indica el potencial de la farmacia en cada una de las categorías. Este indicador varía de 0 a 100: alcanzaría un valor de 100 si todas las marcas analizadas estuvieran presentes en una farmacia y 0 si no hubiera ninguna presente.

En base a este indicador, se han segmentado las farmacias en cinco segmentos iguales (A, B, C, D y E), siendo las farmacias situadas en el segmento A las de mayor potencial y las del segmento E las de menor potencial a nivel nacional. En la C. Valenciana, nos encontramos con un porcentaje de farmacias en el segmento A y B, en línea con el resto de

las farmacias del territorio nacional (40% C. Valenciana y 41% Murcia vs. 40% media nacional).

A la hora de determinar el potencial de una farmacia, identificar el número de competidores en el área es importante. En la C. Valenciana el promedio de competidores a 10 minutos es de seis farmacias, similar a la media nacional. Por el contrario, Murcia tiene menos competidores, una media de cinco farmacias en el área de influencia a 10 minutos andando. Hemos preguntado a las farmacias a quiénes consideran sus principales competidores. De media, las farmacias en estas comunidades declaran tener 3,8 competidores, siendo Amazon el principal competidor para el 73% de las farmacias, seguido de las parafarmacias online (50%), las farmacias online (45%) y otras farmacias (36%).

Otro de los indicadores más relevantes a la hora analizar el potencial es la tipología de farmacia (si son de barrio, capital, rural, turística, transporte, centro comercial...). Shoppertec calcula esta tipología en base a variables objetivas como la densidad de población, tamaño del hábitat e indicadores turísticos. En la C. Valenciana, el 33,3% de las farmacias son locales (22,8% a nivel nacional) mientras que, en Murcia, el 44,7% de sus farmacias son de barrio.

La digitalización de la farmacia

La pandemia ha digitalizado la sociedad y está impactando no solo en la forma de relacionarnos, sino en cómo consumimos, cómo compramos y dónde nos informamos. La farmacia tiene un gran reto y una oportunidad para desarrollar sus capacidades digitales y capitalizar todo el potencial que el entorno digital le puede ofrecer.

Desde 2014, venimos monitorizando la voz de la farmacia y de la industria con barómetros sectoriales que hacemos conjuntamente IM Farmacias y Shoppertec. En el último barómetro, publicado en noviembre de 2021 (con 786 encuestas a farmacias), las farmacias declararon que llevaban a cabo una media de tres acciones a nivel digital, siendo la presencia en redes sociales la principal (68%), seguido de las formaciones online (67%) y las acciones a través de WhatsApp (49%). En el estudio realizado a 63 farmacias de la C. Valenciana y Murcia, estas declaran que llevan a cabo una media de 2,5 acciones a nivel digital: el 57% tiene presencia en redes sociales y el 38% apuesta por las formaciones online.

En España, aproximadamente el 26% de las farmacias declaran tener alguna red social, un porcentaje superior tanto en la Comunidad Valenciana como en Murcia (36% y 29%, respectivamente). Una tendencia muy parecida si nos fijamos al número de farmacias con página web: cuentan con ella el 36% de las boticas a nivel nacional, el 42% de las farmacias valencianas y el 38% de las murcianas.

En relación con la venta online, otro aspecto relevante en la digitalización de la farmacia, la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) ha autorizado la venta online de medicamentos sin receta a 646 farmacias, de las cuales 100 están en la C. Valenciana y 24 en Murcia.

La especialización de la farmacia

Finalmente, hemos preguntado a las farmacias de C. Valenciana y Murcia por su especialización: de media, declaran apostar por 4,57 especialidades, siendo OTC (medicamentos sin receta y productos afines) y dermocosmética (76-62%, respectivamente) las principales, seguidas de dieta/control de peso (57%) y productos para seniors (48%). Ahondando un poco más en las especialidades, sabemos que el 16% de las farmacias españolas cuentan con servicio de nutrición (13% en la C. Valenciana y 9% Murcia) y el 17% tienen servicio de piel y dermo (11% en C. Valenciana y Murcia). +

EL PERFIL DIGITAL Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA FARMACIA

WEB, RRSS Y VENTA ONLINE*

	%FARMACIAS CON RRSS	%FARMACIAS CON WEB	VENTA ONLINE OTC (Nº Farmacias)
NACIONAL	26%	36%	615
C. VALENCIANA	36%	42%	100
Alicante	39%	45%	49
Castellón	35%	40%	6
Valencia	33%	41%	45
C. MURCIA	29%	38%	24

ESPECIALIZACIÓN DECLARADA*

DERMO	NUTRICIÓN
17%	16%
11%	13%
12%	13%
8%	16%
12%	13%
11%	9%

ENTORNO Y GASTO SANITARIO



ENTORNO SANITARIO*

	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS
NACIONAL	837	3.051	5.567
C. VALENCIANA	63	285	325
Alicante	25	96	98
Castellón	8	49	40
Valencia	30	140	187
C. MURCIA	28	85	62

GASTO SANITARIO 2019*

% Var. 2019/2018	GSP pc (€) 2019
5,82%	1.492,29 €
5,58%	1.478,30 €
C. VALENCIA	C. VALENCIA
5,71%	1.640,61 €
C. MURCIA	C. MURCIA

ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO



LA FARMACIA*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA
NACIONAL	22.137	2.144	2,5
C. VALENCIANA	2.352	2.069	2,0
Alicante	811	2.276	2,2
Castellón	301	1.879	1,7
Valencia	1.240	2.053	2,2
C. MURCIA	578	2.603	2,2

GASTO FARMACÉUTICO 2021*

% Var. 2021/2020	GFP pc (€) 2021
6,05%	247,90 €
5,15%	269,68 €
C. VALENCIANA	C. VALENCIANA
7,57%	277,99 €
C. MURCIA	C. MURCIA

Web: % de farmacias que declaran tener web en su perfil de Google My Business o cualquier otro medio. RRSS: % de farmacias que declaran tener redes sociales en su perfil de Google My Business o en su web. Especialización declarada: Porcentaje de farmacias que declaran (ya sea en la propia farmacia, verbalmente, en la web o en redes sociales) que son especialistas en nutrición o dermocosmética. Venta online OTC: Nº de farmacias a nivel nacional, comunidad autónoma y provincia que tienen permiso de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios para vender medicamentos no sujetos a prescripción médica. Entorno sanitario y farmacéutico: AEMPS, Ministerio de Sanidad (Estadísticas de Gasto Sanitario Público, datos de facturación de recetas y centros de atención primaria) y CGCOF 2021.

EL ENTORNO DE LA FARMACIA EN SU ÁREA DE INFLUENCIA (10 minutos andando)



POBLACIÓN POR FARMACIA EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

	POBLACIÓN TOTAL	Generación Z <=21 años	Millennials 22-40 años	Generación X 42-51 años	Baby Boom 52-71 años	G. Silenciosa >72 años
NACIONAL	1.558	293	366	254	413	231
C. VALENCIANA	1.666 ↑	318 ↑	382 ↑	277 ↑	445 ↑	245 ↑
Alicante	1.667 ↑	323 ↑	388 ↑	274 ↑	444 ↑	239 ↑
Castellón	1.503 ↓	289 ↓	334 ↓	250 ↓	403 ↓	227 ↓
Valencia	1.705 ↑	323 ↑	389 ↑	285 ↑	456 ↑	253 ↑
C. MURCIA	1.942 ↑	428 ↑	481 ↑	322 ↑	477 ↑	234 ↑



PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA

	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
NACIONAL	13.822 €	2,50	26%
C. VALENCIANA	12.673 € ↓	2,40 ↓	25% ↓
Alicante	11.845 € ↓	2,44 ↓	25% ↓
Castellón	12.849 € ↓	2,32 ↓	27% ↑
Valencia	13.172 € ↓	2,40 ↓	25% ↓
C. MURCIA	11.882 € ↓	2,64 ↑	20% ↓

COMPETIDORES EN EL ÁREA

Nº FARMACIAS COMPETITORAS
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++++ 5
+++++++ 7
+++++++ 5

EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

EL POTENCIAL DE LA FARMACIA EN CONSUMER HEALTH (IAM*)

	A	B	C	D	E
C. VALENCIANA	19%	21%	23%	21%	16%
Alicante	25%	23%	21%	22%	10%
Castellón	21%	22%	14%	16%	27%
Valencia	16%	19%	26%	22%	17%
C. MURCIA	17%	24%	28%	20%	11%



Información poblacional: INE, Cifras oficiales de población del Padrón Municipal 1 de enero 2022

Tamaño del hogar: media de personas por hogar, nº de personas / nº de hogares en el área de influencia.

Capacidad de Gasto por persona: Renta disponible después de impuestos y contribuciones sociales de la población de una determinada región. Consiste en los ingresos netos del empleo y los activos (después de impuestos y contribuciones sociales), pensiones, prestaciones por desempleo, pagos de prestaciones y otros pagos de transferencias nacionales. Fuente: MBR 2022

IAM (Índice de Actividad de Marca), medida elaborada por Shoppertec en base a más de 153 marcas auditadas de más de 96 laboratorios, que permite calcular potencial de la farmacia en productos de venta libre. Este indicador varía de 0 a 100. Alcanzaría un valor de 100 si todas las marcas analizadas estuvieran presentes en una farmacia y 0 si no hubiera ninguna presente.

En base al IAM, se han segmentado las farmacias en 5 segmentos iguales, siendo las farmacias situadas en el segmento A, las de mayor potencial y las del segmento E las de menor potencial a nivel nacional.

EN EL ESTUDIO REALIZADO A 63 FARMACIAS DE LA C. VALENCIANA Y MURCIA, ESTAS DECLARAN QUE LLEVAN A CABO UNA MEDIA DE 2,5 ACCIONES A NIVEL DIGITAL

NUEVOS INVERSORES QUE DURANTE EL ÚLTIMO AÑO SE HAN INTERESADO EN COMPRAR FARMACIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

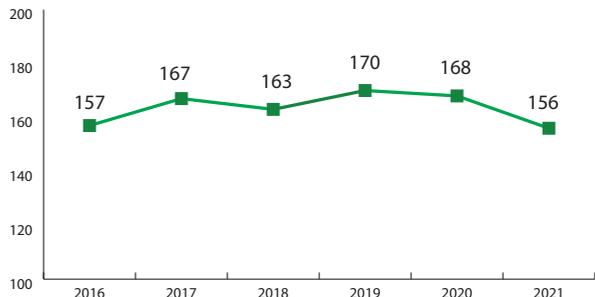


FARMACONSULTING 30 AÑOS
 Nº1 EN TRANSMISIONES
 900 115 765
 www.farmaconsulting.es



Datos del 01/01/2021 al 31/12/2021

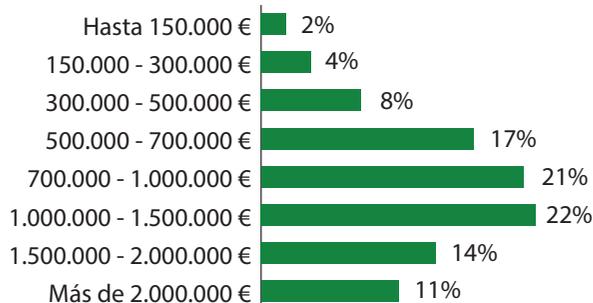
Evolución nuevos inversores



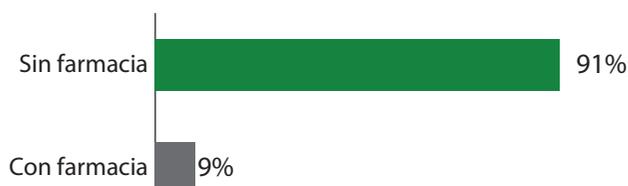
Inversores por comunidad de residencia



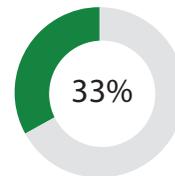
Interés por tramos de facturación



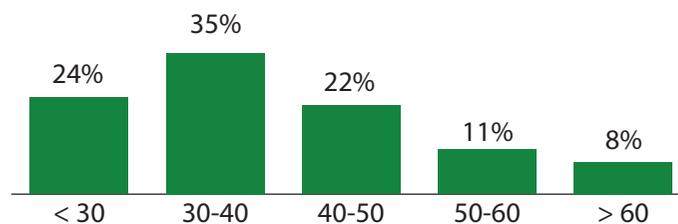
Inversores en función de su titularidad



Inversores residentes fuera de la CCAA



Inversores según su edad (años)



Inversores por sexo



La demanda de farmacia en la Comunidad Valenciana se mantiene estable

La mayoría de los nuevos inversores cuentan con una edad inferior a los 40 años.

La demanda de farmacia en la Comunidad Valenciana, año tras año, se posiciona en el top 5 de las comunidades más solicitadas. Tanto es así que observamos que la demanda en los últimos seis años se mantiene estable, superando los 150 nuevos inversores anualmente. Una demanda que no se ha visto afectada por los fenómenos externos y que se ha mantenido fuerte incluso en los momentos de crisis sanitaria, donde se llegaron a registrar 168 nuevos farmacéuticos.

En su mayoría (67%), estos nuevos inversores residían en la propia Comunidad Valenciana, seguidos muy de lejos de los residentes en Madrid, con el 8%, y en la provincia limítrofe de la Región de Murcia, con el 7%. En esta ocasión analizamos una comunidad con una fuerte demanda interna, pero aún así hay que tener en cuenta que el 33% restante reside fuera, y que sólo una empresa con un dominio absoluto tanto de la oferta como de la demanda nos va a ofrecer la mejor de las opciones.

En cuanto al perfil del comprador, nos encontramos ante un nuevo inversor con una edad inferior a los 40 años, agrupando el 59% de las solicitudes. Por otro lado, no apreciamos grandes diferencias en la demanda recibida entre hombres y mujeres. Para estos inversores, la farmacia más atractiva fue la de una facturación de 300.000€ a 1.000.000€, con el 60% de las demandas. Además, es interesante destacar que el 9% de los clientes que se pusieron por primera vez en contacto con Farmaconsulting tenían farmacia en el momento de la solicitud.



NUEVOS INVERSORES QUE DURANTE EL ÚLTIMO AÑO SE HAN INTERESADO EN COMPRAR FARMACIA EN MURCIA

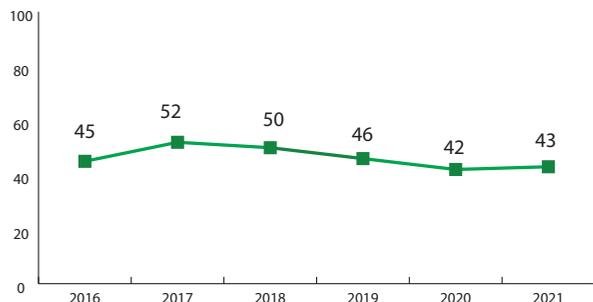


FARMACONSULTING 30 AÑOS
 Nº1 EN TRANSMISIONES
 900 115 765
 www.farmaconsulting.es

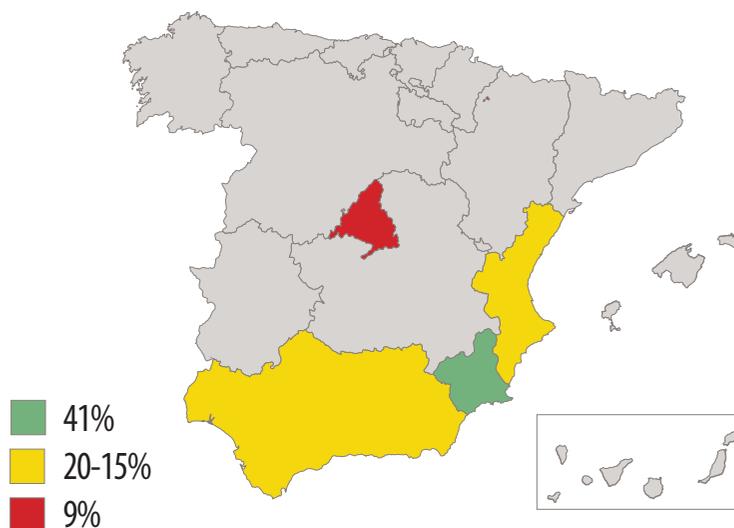


Datos del 01/01/2021 al 31/12/2021

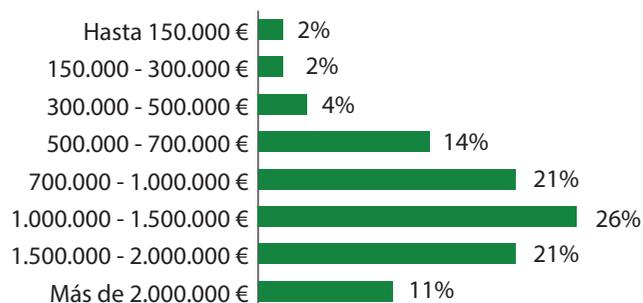
Evolución nuevos inversores



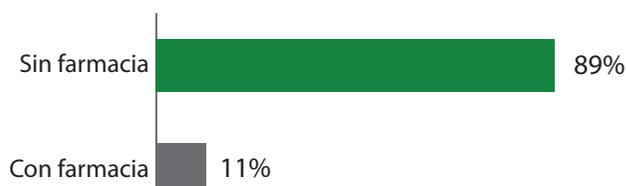
Inversores por comunidad de residencia



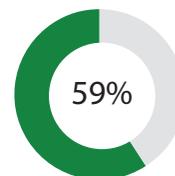
Interés por tramos de facturación



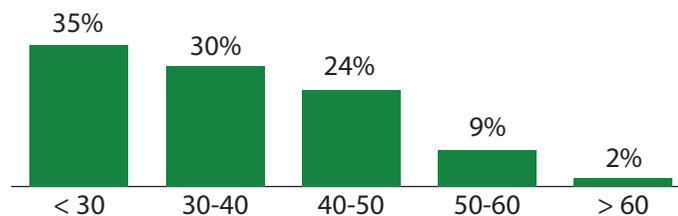
Inversores en función de su titularidad



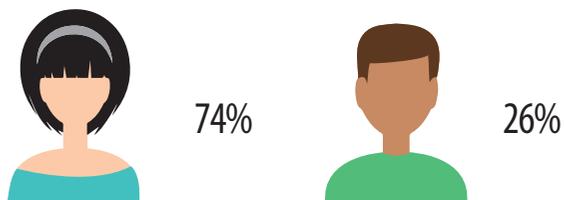
Inversores residentes fuera de la CCAA



Inversores según su edad (años)



Inversores por sexo



Los farmacéuticos más jóvenes demandan farmacia en Murcia

Los menores de 40 años agruparon el 65% de las solicitudes totales en esta CCAA.

El perfil de los nuevos inversores que demandan comprar farmacia en Murcia se concentra en el último año en farmacéuticos con una edad inferior a los 40 años, agrupando el 65% de las solicitudes. Además, en su mayoría fueron realizadas por mujeres, con el 74% de las peticiones frente al 26% procedente de los hombres.

Una demanda de farmacia cuya procedencia es mayoritariamente residente en Murcia, concentrando el 41%. Un dato que se encuentra más o menos en línea de la media nacional, en la que el 46% de los inversores residen en la propia Comunidad. En este sentido, los residentes en Andalucía fueron los siguientes más interesados, agrupando el 20% de las peticiones, seguidos de los valencianos, con el 15%.

Analizando los datos de los últimos años que nos traslada Farmaconsulting, observamos que la demanda en Murcia se mantiene estable en torno a los 46 nuevos inversores anuales, por lo que la crisis sanitaria producida por el Covid-19, no fue un obstáculo para mantener su atractivo. El rango de farmacia más demandada se concentra, en un 68%, en farmacias con una facturación de 150.000€ a 700.000€.