

A análisis: las farmacias castellano-leonesas y riojanas

EN ESTE NÚMERO NOS TRASLADAMOS A LAS COMUNIDADES DE CASTILLA Y LEÓN Y LA RIOJA PARA CONOCER MEJOR LAS CARACTERÍSTICAS DE ESTAS COMUNIDADES Y SABER UN POCO MÁS ACERCA DEL POTENCIAL QUE TIENEN SUS FARMACIAS DE LA MANO DE LA CONSULTORA SHOPPERTEC.



Si hacemos un balance de los últimos años, el PIB nacional tuvo una caída casi del 10% en 2020 debido a la pandemia y, aunque no ha recuperado los valores prepandemia, en 2021 ha aumentado un 7,1% con respecto al año anterior. La tasa de desempleo nacional aumentó en 2020, pasando del 13,78% en el último trimestre de 2019 al 16,13%, aunque se recuperó en 2021 con un valor del 13,3% en el último trimestre, alcanzando los niveles prepandemia. En el segundo trimestre de 2022, sigue disminuyendo y se sitúa en el 12,48%.

Poniendo el foco en las dos comunidades autónomas que nos ocupan, la suma del PIB de Castilla y León en 2020 supone el 5% del total nacional, situándose en la séptima posición, mientras que La Rioja ocupa el puesto decimoséptimo del ranking del PIB a nivel nacional. Fijándonos ahora en la tasa de desempleo, tanto Castilla y León como La Rioja se sitúan por debajo de la media nacional (12,48%), en torno al 10% en el segundo trimestre de 2022.

Analizando las variables económicas en relación con el gasto sanitario y el gasto farmacéutico, observamos que estas dos CCAA concentran el 6,38% del gasto sanitario (2019) y el 6,51% del gasto farmacéutico (2021) a nivel nacional. Aunque el crecimiento del gasto farmacéutico en Castilla y León es inferior al resto de España (4,80% vs. 6,05% total nacional), el gasto per cápita es ligeramente superior (288,42€ vs 247,90€ nacional) y el sanitario es también superior (1.664€ vs. 1.492€ nacional). En La Rioja nos encontramos que el gasto farmacéutico (5,42%) es inferior a la media nacional, así como el gasto sanitario (4,52%), mientras que el gasto per cápita se sitúa en línea con la media nacional (242,96€ gasto farmacéutico y 1.526,05€ gasto sanitario).

Otro aspecto importante a analizar es el número de entidades sanitarias con las que cuentan las comunidades autónomas (hospitales, centros de salud, farmacias y residencias...). Así, en España se contabilizan un total de 837 hospitales públicos y privados, según información del



Ministerio de Sanidad (5% en Castilla y León y 1% en La Rioja). Analizando los centros de Salud, Castilla y León concentra el 8% y La Rioja el 1% de los 3.051 que hay en España. Si hablamos de residencias, la cifra es de 5.567, según fuente del Ministerio de Sanidad (12% Castilla y León, 1% La Rioja).

En el último informe de farmacias publicado por el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, a diciembre de 2020 se declaraba que el número de farmacias activas en España ascendía a un total de 22.137. Castilla y León cuenta con 1.610 (7% sobre el total nacional) y La Rioja con 156 farmacias (1% sobre el nacional). Otro dato destacable del informe del CGCOF es el número de habitantes por farmacia, que asciende a 1.470 en Castilla y León, una cifra menor que la media nacional, que se sitúa en 2.144 habitantes. Por su parte, La Rioja contabiliza 2.051 habitantes por farmacia.

El entorno de la farmacia a 10 minutos andando

Conocer cómo es el entorno de la farmacia es crucial para entender y desarrollar su negocio y ayudarnos a identificar las oportunidades para cada ubicación. Shoppertec, consultora comercial especializada en inteligencia y experiencia de cliente y en la llegada al mercado en el sector farmacéutico desde hace más de 10 años, estudia el comportamiento del comprador de productos de venta libre en la farmacia a través de su estudio *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 pre-pandemia, pandemia y vuelta a la normalidad con la nueva edición del estudio en 2022.

Los hábitos de compra han cambiado (declara 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 acudía a la farmacia lo hacía desde una distancia de menos de 10 minutos y acudía desde su casa (65%). En 2022, sin embargo, el 88% declara encontrarse a una distancia de menos de 10 minutos y acude desde sus casas en el 85% de los casos, por lo que es clave analizar la información del 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 andando, 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 per 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 Castilla y León y La Rioja, destacando semejanzas y diferencias entre ellas. 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 menor población por farmacia a 10 minutos, especialmente en Castilla y León, con 925 personas. La Rioja se acerca

a la media nacional (1.558 personas) con 1.428 personas. La capacidad de gasto media de la población en España es de 13.822€, una cifra superior a las dos comunidades que nos ocupan (13.112€ en Castilla y León y 12.826 en La Rioja). En cuanto al tamaño de los hogares, tanto Castilla y León (2,21 personas) como La Rioja (2,27 personas) se sitúan por debajo de la media nacional (2,50 personas).

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 fraccionado las farmacias en cinco 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. Así, en Castilla y León nos encontramos con un porcentaje de farmacias en el segmento A y B inferior a la media de farmacias del territorio nacional (30,49% vs. 38,73% La Rioja 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 Castilla y León y La Rioja, el promedio de competidores a 10 minutos es de cuatro farmacias, inferior a la media nacional (media de seis farmacias). Otro de los indicadores más relevantes a la hora de 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, el tamaño del hábitat e indicadores turísticos. En Castilla y León y en La Rioja más de la mitad de sus farmacias son rurales (58% y 51%, respectivamente), una cifra muy superior a la media nacional (25%).

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 declaran que llevan 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%), las principales.

En España, aproximadamente el 26% de las farmacias declaran tener alguna red social (17% en Castilla y León y La Rioja). Respecto a la penetración de farmacias con páginas web, se sitúa aproximadamente en un 36% a nivel nacional, cifra superior a la registrada en Castilla y León (26%) y en La Rioja (29%). En relación con la venta online, otro aspecto relevante en la digitalización de la farmacia, la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios ha autorizado la venta online de medicamentos sin receta a 615 farmacias, de las cuales 30 se encuentran en Castilla y León y cuatro en La Rioja. +

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
CASTILLA Y LEON	17%	26%	30
AVILA	14%	19%	3
BURGOS	21%	31%	3
LEON	16%	27%	5
PALENCIA	16%	35%	2
SALAMANCA	11%	18%	5
SEGOVIA	8%	18%	1
SORIA	19%	30%	0
VALLADOLID	24%	31%	9
ZAMORA	15%	22%	2
LA RIOJA	17%	29%	4

ESPECIALIZACIÓN DECLARADA*

	DERMO	NUTRICIÓN
NACIONAL	17%	16%
CASTILLA Y LEON	14%	13%
AVILA	8%	12%
BURGOS	15%	13%
LEON	13%	11%
PALENCIA	17%	15%
SALAMANCA	11%	9%
SEGOVIA	10%	8%
SORIA	17%	13%
VALLADOLID	23%	21%
ZAMORA	10%	13%
LA RIOJA	14%	14%

ENTORNO Y GASTO SANITARIO



ENTORNO SANITARIO*

	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS
NACIONAL	837	3.051	5.567
CASTILLA Y LEON	46	247	686
AVILA	4	22	50
BURGOS	7	37	91
LEON	11	39	110
PALENCIA	5	20	57
SALAMANCA	3	36	123
SEGOVIA	3	16	42
SORIA	2	14	35
VALLADOLID	7	41	115
ZAMORA	4	22	63
LA RIOJA	8	20	32

GASTO SANITARIO 2019*

	% Var. 2019/2018	GSP pc (€) 2019
NACIONAL	5,82%	1.492,29 €
CASTILLA Y LEON	5,02%	1.664,20 €
LA RIOJA	4,52%	1.526,05 €

ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO



LA FARMACIA*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA
NACIONAL	22.137	2.144	2,5
CASTILLA Y LEON	1.610	1.470	1,9
AVILA	131	1.204	1,6
BURGOS	200	1.788	2,0
LEON	322	1.418	1,7
PALENCIA	96	1.670	1,7
SALAMANCA	256	1.286	1,9
SEGOVIA	98	1.566	1,8
SORIA	63	1.411	1,7
VALLADOLID	282	1.846	2,2
ZAMORA	162	1.053	1,6
LA RIOJA	156	2.051	2,2

GASTO FARMACÉUTICO 2021*

	% Var. 2021/2020	GFP pc (€) 2021
NACIONAL	6,05%	247,90 €
CASTILLA Y LEON	4,80%	288,42 €
LA RIOJA	5,42%	242,96 €

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
CASTILLA Y LEON	925 ↓	146 ↓	183 ↓	136 ↓	274 ↓	186 ↓
AVILA	680 ↓	109 ↓	137 ↓	96 ↓	201 ↓	136 ↓
BURGOS	1.134 ↓	195 ↓	231 ↓	170 ↓	327 ↓	211 ↓
LEON	777 ↓	116 ↓	150 ↓	115 ↓	236 ↓	160 ↓
PALENCIA	928 ↓	140 ↓	183 ↓	129 ↓	292 ↓	185 ↓
SALAMANCA	859 ↓	130 ↓	171 ↓	118 ↓	252 ↓	188 ↓
SEGOVIA	882 ↓	151 ↓	191 ↓	125 ↓	254 ↓	161 ↓
SORIA	745 ↓	126 ↓	157 ↓	105 ↓	212 ↓	145 ↓
VALLADOLID	1.308 ↓	212 ↓	253 ↓	204 ↓	385 ↓	254 ↑
ZAMORA	664 ↓	90 ↓	124 ↓	92 ↓	204 ↓	154 ↓
LA RIOJA	1.428 ↓	263 ↓	306 ↓	225 ↓	393 ↓	241 ↑



PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA

	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
NACIONAL	13.822 €	2,50	26%
CASTILLA Y LEON	13.112 € ↓	2,21 ↓	28% ↑
AVILA	10.940 € ↓	2,16 ↓	31% ↑
BURGOS	14.724 € ↑	2,23 ↓	30% ↑
LEON	12.719 € ↓	2,16 ↓	28% ↑
PALENCIA	14.953 € ↑	2,29 ↓	26% ↑
SALAMANCA	12.260 € ↓	2,18 ↓	28% ↑
SEGOVIA	12.910 € ↓	2,30 ↓	27% ↑
SORIA	13.342 € ↓	2,14 ↓	32% ↑
VALLADOLID	14.294 € ↑	2,30 ↓	23% ↓
ZAMORA	11.752 € ↓	2,13 ↓	29% ↑
LA RIOJA	12.826 € ↓	2,27 ↓	28% ↑

COMPETIDORES EN EL ÁREA

Nº FARMACIAS COMPETIDORAS	
+++++++	6
+++++	4
++	2
+++++++	4
+++++++	4
+++++++	4
+++++++	5
++	2
+++	2
+++++++	6
+++	2
+++++	4

EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

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

	A	B	C	D	E
CASTILLA Y LEON	15%	15%	12%	17%	41%
AVILA	13%	11%	5%	57%	13%
BURGOS	23%	20%	11%	13%	33%
LEON	11%	18%	14%	11%	47%
PALENCIA	19%	16%	17%	19%	30%
SALAMANCA	13%	10%	12%	12%	53%
SEGOVIA	12%	9%	15%	16%	48%
SORIA	16%	10%	3%	11%	60%
VALLADOLID	21%	23%	13%	16%	27%
ZAMORA	12%	6%	6%	13%	62%
LA RIOJA	21%	18%	11%	13%	38%



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 aal 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.