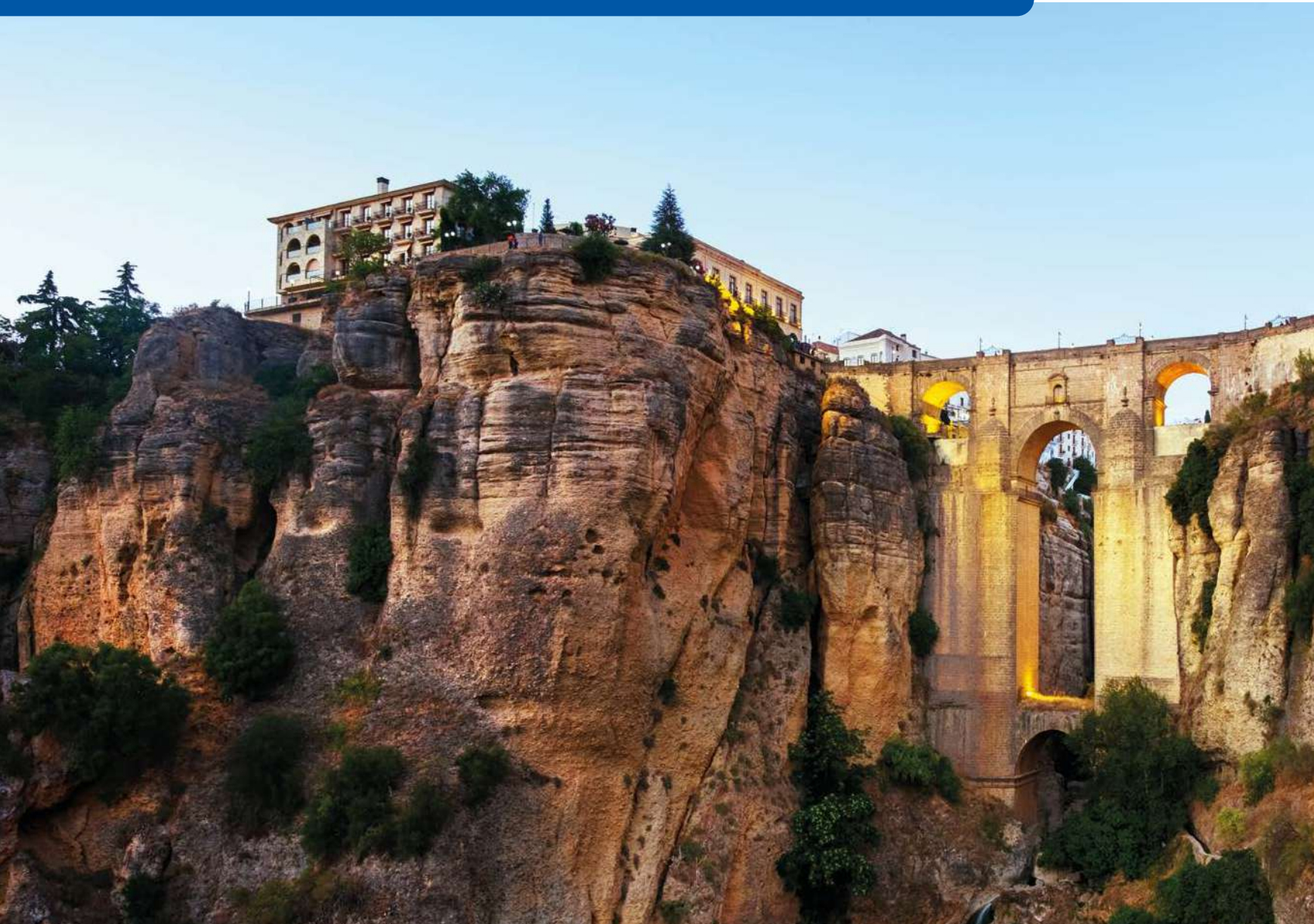


# Viaje a las farmacias del sur



EN ESTE NÚMERO NOS TRASLADAMOS A ANDALUCÍA, CANARIAS, CEUTA Y MELILLA PARA CONOCER MEJOR LAS CARACTERÍSTICAS DE ESTAS COMUNIDADES Y CIUDADES AUTÓNOMAS, Y SABER UN POCO MÁS ACERCA DEL POTENCIAL QUE TIENEN SUS BOTICAS, DE LA MANO DE LA CONSULTORA SHOPPERTEC.



**P**ongámonos en contexto: si hacemos un balance de los últimos años, el PIB nacional tuvo una caída de casi el 10% en 2020 debido a la pandemia y, aunque no ha recuperado los valores pre-pandémicos, en 2021 ha aumentado un 7,1% con respecto al año anterior. Por su parte, la tasa de desempleo nacional aumentó en 2020, pasando del 13,78% registrado en el último trimestre de 2019 al 16,13%, aunque se recuperó en 2021 con un valor del 13,3% en el último trimestre, y recuperando, en este caso sí, los niveles anteriores al Covid-19. Una tendencia

positiva de descenso que se mantiene en el tercer trimestre de 2022, con una tasa del 12,67%, la más baja desde la registrada en el cuarto trimestre de 2008.

Poniendo el foco en las autonomías, el PIB de Andalucía se sitúa en la tercera posición del ranking a nivel nacional, Canarias ocupa el puesto número nueve y Ceuta y Melilla se sitúan en la cola. En cuanto a la tasa de desempleo, en Andalucía es del 19% y en Canarias del 17,7%, mientras que en Ceuta es del 30,8% y en Melilla del 18,2%, situándose por encima de la media nacional en el tercer trimestre de 2022.

Analizando las variables económicas en relación con el gasto sanitario y el gasto farmacéutico, observamos que estas autonomías concentran el 20,24% del gasto sanitario (2019) y el 23,49% del gasto farmacéutico (2021) a nivel nacional, y su población supone el 22,82% del total. El crecimiento del gasto farmacéutico en estas autonomías es superior al resto de España (7,74% en Andalucía, 6,40% en Canarias y 6,56% en Ceuta vs. 6,05% total nacional), a excepción de Melilla, que es inferior (4,26%). En cuanto al gasto per cápita,

que se encuentra en 247,90€ a nivel nacional, es superado por Andalucía (251,90€) y Canarias (272,66€); sin embargo, Ceuta (203,92€) y Melilla (177,32€) se encuentran por debajo. En esta línea, el gasto sanitario es superior al nacional (1.492€) únicamente en Canarias, siendo inferior en el resto, sobre todo en Ceuta, donde presenta un decrecimiento del -0,40% vs 5,82% a nivel nacional.

Otro aspecto que merece ser analizado es el número de entidades sanitarias que tienen las comunidades autónomas, como hospitales, centros de salud, farmacias y residencias. Según el Ministerio de Sanidad, en total, España cuenta con 837 hospitales públicos y privados y, de ellos, el 15% se encuentra en Andalucía, el 5% Canarias, y el 0,1% en Ceuta y Melilla. En lo que respecta a los centros de salud, Andalucía concentra el 13%, Canarias el 4%, y Ceuta y Melilla el 0,1% de los 3.051 existentes en el Estado Español, mientras que, si nos fijamos en las residencias, del total de 5.567, el 12% pertenece a Andalucía, el 2% a Canarias y el 0,1% a Ceuta y Melilla.

Centrándonos ahora en el último informe de farmacias publicado por el Consejo General



### ANDALUCÍA

**GRANDES SUPERFICIES**

<b>Alcampo</b>	9
<b>Carrefour</b>	40
<b>El Corte Inglés</b>	19
<b>HIPERCOR</b>	11
<b>EROSKI</b>	5

1.960.257
3.614
870
46,8%
53,2%
813.382

777.414
1.189
405
44%
56%
692.944

622.617
964
309
17,8%
82,2%
727.384

**PRINCIPALES OPERADORES EN ANDALUCÍA**

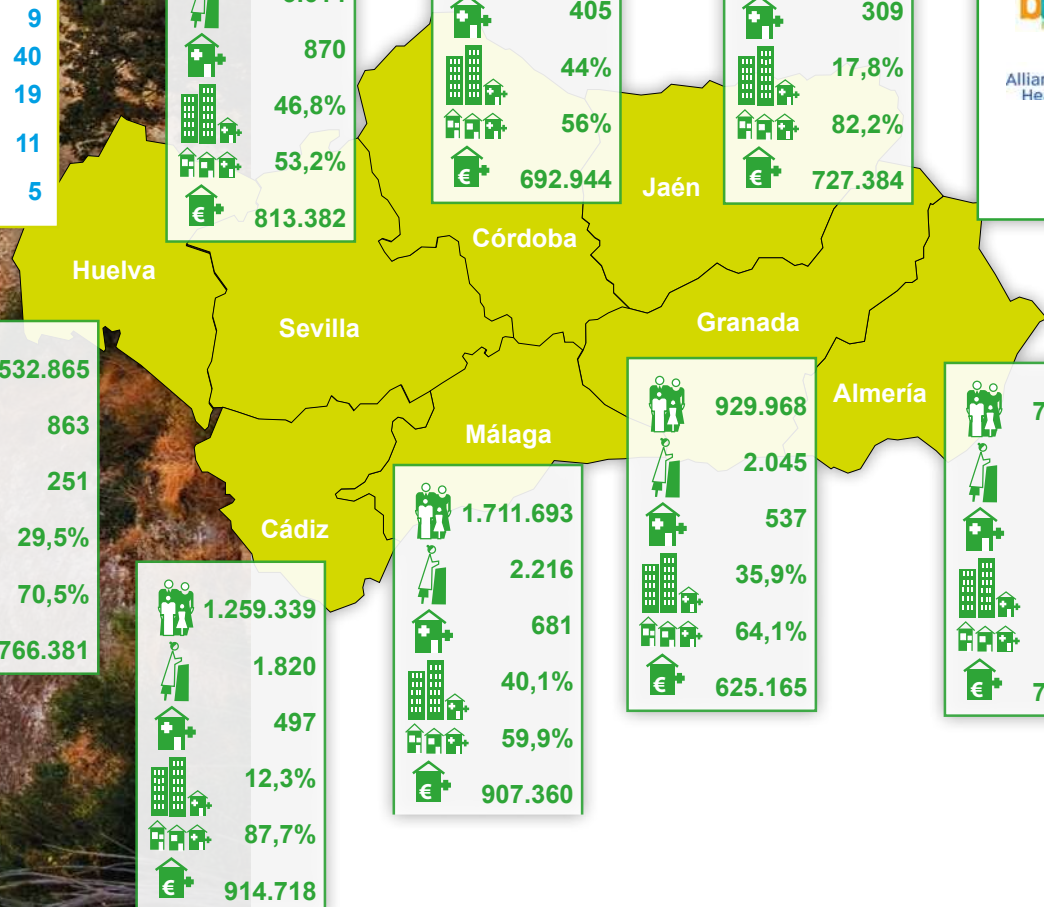
532.865
863
251
29,5%
70,5%
766.381

1.259.339
1.820
497
12,3%
87,7%
914.718

1.711.693
2.216
681
40,1%
59,9%
907.360

929.968
2.045
537
35,9%
64,1%
625.165

723.899
991
330
29,4%
70,6%
791.890



de Colegios Oficiales de Farmacéuticos en diciembre de 2021, vemos que el número de farmacias activas en España ascendía a un total de 22.198. Andalucía cuenta con 3.880 (17% sobre el total nacional), Canarias con 763 farmacias (3% sobre el nacional), y Ceuta y Melilla con 24 y 25, respectivamente (0,1% sobre el nacional).

### El entorno de la farmacia a 10 minutos andando

Conocer cómo es el entorno de la farmacia es crucial para entender y desarrollar el negocio de la misma 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 en cuenta, en la nueva edición del estudio realizada en 2022, la perspectiva pre-pandemia, pandemia y vuelta a la normalidad.

Así, según el estudio, para el 56% de los compradores de venta libre en farmacia los hábitos de compra han cambiado y continuarán cambiando para el 54% de ellos. 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 lo hacía 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 Andalucía, Canarias, Ceuta y Melilla, 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 en Andalucía hay 1.626 habitantes por farmacia, mayor población por farmacia que la media nacional, que se sitúa en 1.588 habitantes por farmacia, al igual que en Canarias, con 2.021, y Ceuta y Melilla, con 2.785 y 2.443





habitantes por farmacia, respectivamente. En cuanto a la capacidad de gasto, la media española se encuentra en los 13.822€, superior a todas las autonomías analizadas en este número: Andalucía con 11.457€, Canarias con 12.154€, Ceuta con 12.411€ y Melilla con 12.039€.

Fijándonos en el tamaño de los hogares, Andalucía y Canarias (2,48 y 2,47 personas) se sitúan ligeramente por debajo de la media nacional (2,50 personas), mientras que Ceuta y Melilla la superan ligeramente (2,80 y 2,78 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. En Andalucía y Canarias nos encontramos con un porcentaje de farmacias en el segmento A por debajo de media nacional (15% vs. 10% vs. 20,23% media nacional). En cambio, Ceuta y Melilla se encuentran por encima con un 22% y un 52%, respectivamente.

A la hora de determinar el potencial de una farmacia, identificar el número de competidores en el área es importante. En Andalucía, el promedio de competidores a 10 minutos es de 5 farmacias, inferior a la media nacional, que se sitúa en una media de 6 farmacias en el área de influencia a 10 minutos andando. Por su parte, Canarias cuenta con menor número de competidores en el área de influencia de la farmacia (4 farmacias), mientras que Ceuta y Melilla registran 4 y 6, respectivamente.

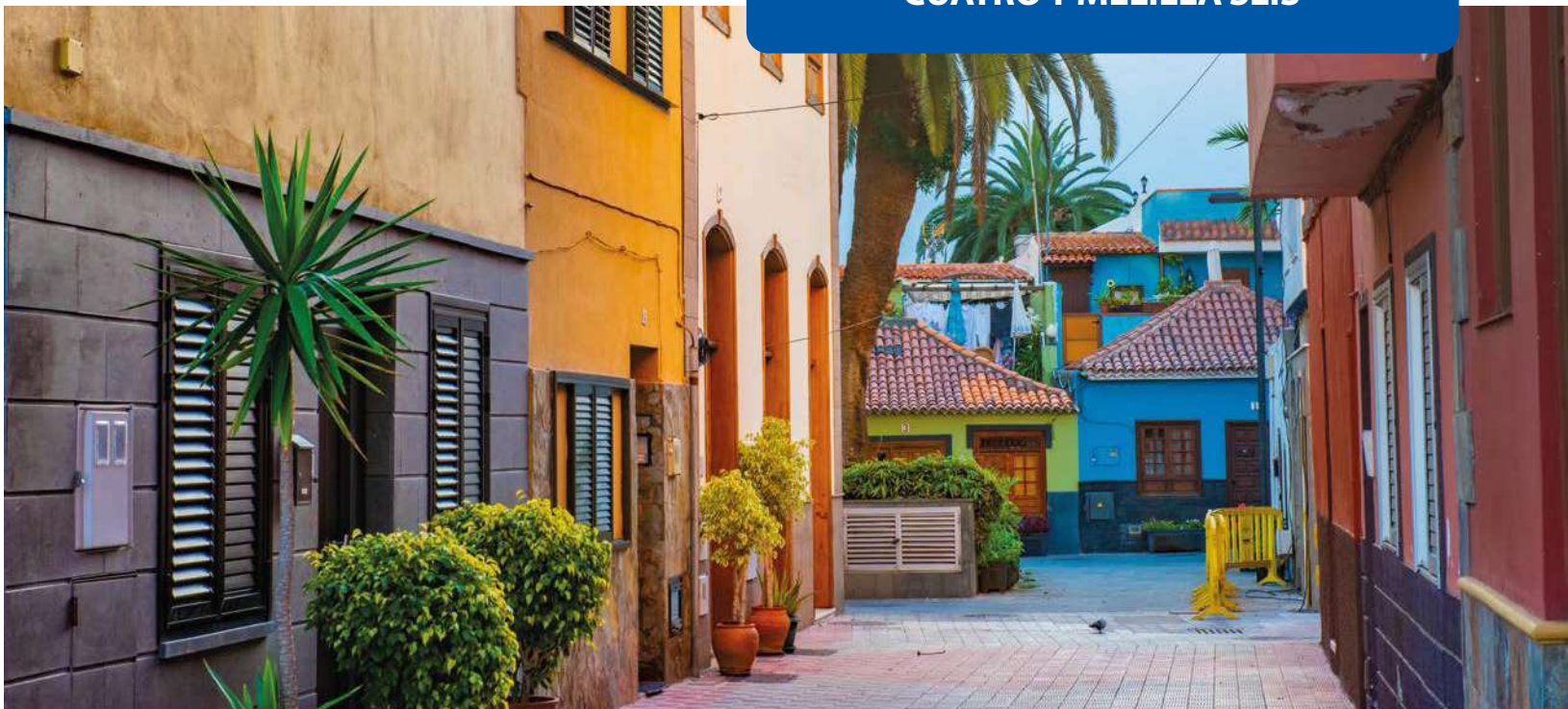
## La digitalización de la farmacia

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%), seguida 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, un porcentaje que se eleva hasta el 28% en Andalucía y hasta el 33% en Ceuta, pero que desciende ligeramente en Canarias (23%) y en Melilla (24%). En esta línea, un 36% de las farmacias a nivel nacional aseguran que cuentan con página web. Fijándonos en las comunidades analizadas, vemos que en Andalucía tienen un 35% de ellas, en Canarias un 39%, en Ceuta un 33% y en Melilla un 40%. 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 615 farmacias, de las cuales 78 se encuentran en Andalucía y 3 en Canarias. Ceuta y Melilla no cuentan con ninguna farmacia que ofrezca venta online de medicamentos. +

**ANDALUCÍA TIENE UNA MEDIA DE CINCO FARMACIAS COMPETIDORAS A UNA DISTANCIA DE 10 MINUTOS ANDANDO, CANARIAS Y CEUTA CUATRO Y MELILLA SEIS**



# 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
<b>NACIONAL</b>	<b>1.558</b>	<b>293</b>	<b>366</b>	<b>254</b>	<b>413</b>	<b>231</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>1.626</b> ↑	<b>326</b> ↑	<b>389</b> ↑	<b>261</b> ↑	<b>431</b> ↑	<b>218</b> ↓
ALMERÍA	1.562 ↑	338 ↑	408 ↑	258 ↑	386 ↓	173 ↓
CÁDIZ	1.918 ↑	390 ↑	450 ↑	311 ↑	520 ↑	247 ↑
CÓRDOBA	1.431 ↓	274 ↓	331 ↓	214 ↓	394 ↓	218 ↓
GRANADA	1.212 ↓	235 ↓	294 ↓	186 ↓	327 ↓	171 ↓
HUELVA	1.627 ↑	327 ↑	394 ↑	274 ↑	421 ↑	210 ↓
JAÉN	1.419 ↓	263 ↓	338 ↓	205 ↓	396 ↓	216 ↓
MÁLAGA	1.785 ↑	349 ↑	429 ↑	290 ↑	474 ↑	241 ↑
SEVILLA	1.777 ↑	371 ↑	418 ↑	295 ↑	462 ↑	231 ↑
<b>CANARIAS</b>	<b>2.021</b> ↑	<b>358</b> ↑	<b>520</b> ↑	<b>354</b> ↑	<b>559</b> ↑	<b>230</b> ↓
LAS PALMAS	2.021 ↑	358 ↑	520 ↑	354 ↑	559 ↑	230 ↓
TENERIFE	1.733 ↑	299 ↑	442 ↑	301 ↑	475 ↑	216 ↓
<b>CEUTA</b>	<b>2.785</b> ↑	<b>726</b> ↑	<b>748</b> ↑	<b>415</b> ↑	<b>658</b> ↑	<b>238</b> ↑
<b>MELILLA</b>	<b>2.443</b> ↑	<b>688</b> ↑	<b>663</b> ↑	<b>348</b> ↑	<b>557</b> ↑	<b>187</b> ↓



## PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA

	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
<b>NACIONAL</b>	<b>13.822 €</b>	<b>2,50</b>	<b>26%</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>11.457 €</b> ↓	<b>2,48</b> ↓	<b>22%</b> ↓
ALMERÍA	12.149 € ↓	2,42 ↓	23% ↓
CÁDIZ	10.517 € ↓	2,56 ↑	19% ↓
CÓRDOBA	11.741 € ↓	2,46 ↓	21% ↓
GRANADA	11.329 € ↓	2,42 ↓	26% ↓
HUELVA	11.262 € ↓	2,54 ↑	23% ↓
JAÉN	11.088 € ↓	2,46 ↓	22% ↓
MÁLAGA	10.981 € ↓	2,52 ↑	24% ↓
SEVILLA	12.234 € ↓	2,45 ↓	21% ↓
<b>CANARIAS</b>	<b>12.154 €</b> ↓	<b>2,47</b> ↓	<b>42%</b> ↑
LAS PALMAS	12.154 € ↓	2,47 ↓	42% ↑
TENERIFE	11.726 € ↓	2,41 ↓	27% ↑
<b>CEUTA</b>	<b>12.411 €</b> ↓	<b>2,80</b> ↑	<b>21%</b> ↓
<b>MELILLA</b>	<b>12.039 €</b> ↓	<b>2,78</b> ↑	<b>22%</b> ↓

## COMPETIDORES EN EL ÁREA

Nº FARMACIAS COMPETITORAS
+++++++ 6
+++++++ 5
+++++++ 4
+++++++ 5
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++++ 4
+++++++ 5
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++ 4
+++++ 4
+++++ 4
+++++ 4
+++++ 6

## EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

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

	A	B	C	D	E
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>18%</b>
ALMERÍA	21%	17%	20%	29%	12%
CÁDIZ	17%	22%	30%	20%	10%
CÓRDOBA	10%	17%	23%	24%	26%
GRANADA	15%	17%	23%	17%	27%
HUELVA	12%	23%	20%	24%	21%
JAÉN	9%	17%	19%	25%	31%
MÁLAGA	21%	23%	21%	21%	15%
SEVILLA	13%	20%	28%	25%	14%
<b>CANARIAS</b>	<b>10%</b>	<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>11%</b>
LAS PALMAS	10%	24%	27%	29%	11%
TENERIFE	6%	25%	31%	23%	15%
<b>CEUTA</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>17%</b>	<b>30%</b>	<b>4%</b>
<b>MELILLA</b>	<b>52%</b>	<b>8%</b>	<b>28%</b>	<b>12%</b>	<b>0%</b>



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.



## 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)
<b>NACIONAL</b>	<b>26%</b>	<b>36%</b>	<b>615</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>28%</b>	<b>35%</b>	<b>78</b>
ALMERÍA	47%	65%	3
CÁDIZ	29%	32%	6
CÓRDOBA	22%	32%	13
GRANADA	26%	34%	7
HUELVA	22%	21%	3
JAÉN	18%	34%	2
MÁLAGA	31%	37%	18
SEVILLA	26%	29%	26
<b>CANARIAS</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>3</b>
LAS PALMAS	23%	39%	3
TENERIFE	34%	45%	6
<b>CEUTA</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>0</b>
<b>MELILLA</b>	<b>24%</b>	<b>40%</b>	<b>0</b>

### ESPECIALIZACIÓN DECLARADA\*

	DERMO	NUTRICIÓN
<b>NACIONAL</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>20%</b>	<b>20%</b>
ALMERÍA	13%	12%
CÁDIZ	11%	14%
CÓRDOBA	18%	17%
GRANADA	21%	20%
HUELVA	11%	8%
JAÉN	17%	12%
MÁLAGA	22%	21%
SEVILLA	28%	33%
<b>CANARIAS</b>	<b>16%</b>	<b>12%</b>
LAS PALMAS	16%	12%
TENERIFE	24%	19%
<b>CEUTA</b>	<b>13%</b>	<b>8%</b>
<b>MELILLA</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>

## ENTORNO Y GASTO SANITARIO



### ENTORNO SANITARIO\*

	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS
<b>NACIONAL</b>	<b>837</b>	<b>3.051</b>	<b>5.567</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>127</b>	<b>407</b>	<b>667</b>
ALMERÍA	7	42	43
CÁDIZ	19	54	68
CÓRDOBA	12	39	87
GRANADA	11	52	74
HUELVA	8	29	37
JAÉN	11	42	72
MÁLAGA	31	63	126
SEVILLA	28	85	160
<b>CANARIAS</b>	<b>39</b>	<b>107</b>	<b>95</b>
LAS PALMAS	20	53	34
TENERIFE	19	54	61
<b>CEUTA</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>MELILLA</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

### GASTO SANITARIO 2019\*

% Var. 2019/2018	GSP pc (€) 2019
<b>5,82%</b>	<b>1.492,29 €</b>
<b>4,79%</b>	<b>1.269,12 €</b>
ANDALUCÍA	ANDALUCÍA
<b>7,00%</b>	<b>1.530,92 €</b>
CANARIAS	CANARIAS
<b>-0,40%</b>	<b>1.393,05 €</b>
CEUTA	CEUTA
<b>1,14%</b>	<b>1.274,49 €</b>
MELILLA	MELILLA

## ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO



### LA FARMACIA\*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA
<b>NACIONAL</b>	<b>22.198</b>	<b>2.144</b>	<b>2,5</b>
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>3.880</b>	<b>2.184</b>	<b>2,5</b>
ALMERÍA	330	2.218	2,3
CÁDIZ	497	2.507	2,7
CÓRDOBA	405	1.918	2,0
GRANADA	537	1.716	2,5
HUELVA	251	2.095	2,5
JAÉN	309	2.030	2,3
MÁLAGA	681	2.490	2,5
SEVILLA	870	2.239	2,9
<b>CANARIAS</b>	<b>763</b>	<b>2.848</b>	<b>3,1</b>
LAS PALMAS	374	3.017	2,6
TENERIFE	389	2.685	3,6
<b>CEUTA</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>3,0</b>
<b>MELILLA</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>3,0</b>

### GASTO FARMACÉUTICO 2021\*

% Var. 2021/2020	GFP pc (€) 2021
<b>6,05%</b>	<b>247,90 €</b>
<b>7,74%</b>	<b>251,90 €</b>
ANDALUCÍA	ANDALUCÍA
<b>6,40%</b>	<b>272,66 €</b>
CANARIAS	CANARIAS
<b>6,56%</b>	<b>203,92 €</b>
CEUTA	CEUTA
<b>4,26%</b>	<b>177,32 €</b>
MELILLA	MELILLA

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.