

# Diversas y distantes, las farmacias de Extremadura y la Comunidad de Madrid

NOTABLES SON LAS DIFERENCIAS QUE EXISTEN ENTRE LAS REDES DE LAS FARMACIAS DE EXTREMADURA Y LA COMUNIDAD DE MADRID. JUNTO A PARÁMETROS GEOGRÁFICOS Y DEMOGRÁFICOS CLARAMENTE DIVERSOS, SUS RESPECTIVOS ESTABLECIMIENTOS TAMBIÉN DIFIEREN, EN GENERAL, POR SU NIVEL DE MADUREZ DIGITAL, INFRAESTRUCTURAS Y CAPACIDAD DE RENTA, ADEMÁS DEL COMPORTAMIENTO OBSERVADO EN LOS GRUPOS POBLACIONALES, POR EDAD, AL ACUDIR A SUS FARMACIAS DE PROXIMIDAD O EN SUS DESPLAZAMIENTOS.



Cada ciudadano que entra en una farmacia encuentra diferencias, si lo hace en Badajoz y Cáceres o, por el contrario, en la Comunidad de Madrid. Aunque en ambos casos se acude a un establecimiento sanitario de primera línea, donde siempre se aprecia el fruto de la confianza generada en el entorno habitual de trabajo o residencia y con extensión de la misma profesionalidad en los desplazamientos a zonas menos o nada frecuentadas. Aunque esos valores sean comunes y estén homogéneamente distribuidos por toda la geografía, también es posible encontrar entornos de farmacia posiblemente distintos, fenómenos de compra diversos y posibles enfoques de multicanalidad con mayor o menor grado de maduración. Ya sea desde la dispensación de medicamentos éticos, las ventas online o el papel dedicado a la parafarmacia. Por lo que, en estos contextos parecidos pero diversos, los datos aportados por Shoppertec y su análisis resultan del mayor interés, al ser consultora especializada en inteligencia de mercados y experiencia del cliente que ya ha superado su primera década al servicio del sector farmacéutico.

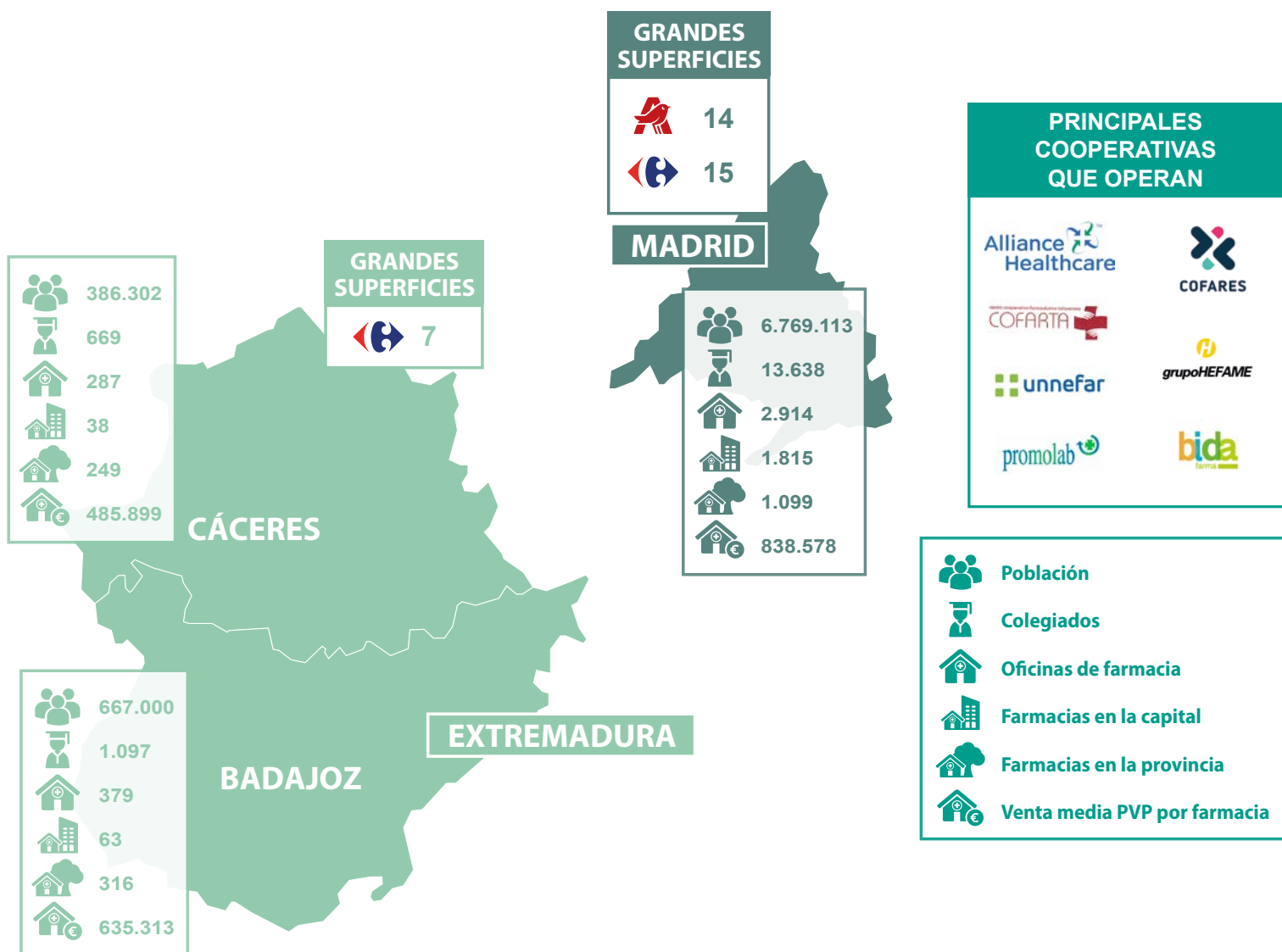
### Población bien atendida

Actualmente, la red de farmacias cuenta en el país con 22.198 oficinas, cuya población media asistida por cada establecimiento es de 2.144 personas. Un punto de corte que se supera ampliamente en la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM), que se incrementa hasta los 2.317 ciudadanos por farmacia, mientras que se reduce de manera muy significativa en Extremadura, hasta los 1.591 usuarios por botica. Una abultada diferencia que viene dada por una alta concentración de población en un territorio uniprovincial y reducido, como ocurre en la CAM, frente a las dos provincias extremeñas que, además de ser más

extensas, disponen de menos población y más dispersa.

Las diferencias entre las dos comunidades autónomas comparadas aquí también son visibles en el número de farmacias de cada una de ellas. Mientras que la media nacional se sitúa alrededor de las 1.168 oficinas, la Comunidad de Madrid cuenta con 2.914, es decir, casi 600 más que dicha media, y todas ellas suponen el 13,12% del total. En situación muy distinta se encuentra la región extremeña, porque sus 666 farmacias quedan muy lejos de la media nacional citada y suponen únicamente el 3% del total de boticas del país.

Hay una razón demográfica para esta asimetría vista en el número de farmacias. En tanto que Extremadura tiene una población de 1.051.738 habitantes, que la sitúa en la decimotercera posición del ranking de las CC. AA., la CAM suma 6.825.005 habitantes por su tercera posición en ese listado, sólo detrás de Andalucía y Cataluña. Formando



ambas regiones parte de una población total de 47.615.034 personas, que las sitúan en el puesto 30 del mundo, en su caso con una densidad de población de 94 habitantes por km<sup>2</sup>. Al ser una comunidad uniprovincial la CAM, todas sus farmacias se hayan situadas en el mismo territorio, pero las farmacias extremeñas se dividen entre las 379 de Badajoz y las 287 de Cáceres. Siendo la primera una provincia en la que viven cerca de 670.000 habitantes, con una densidad de población de 31,07 habitantes por km<sup>2</sup>, y Cáceres una provincia en la que residen 389.558 personas con una densidad de población significativamente superior, 54,54 habitantes por km<sup>2</sup>, aunque todavía escasa.

### Dentro de cada farmacia

En función de magnitudes como la edad, el sexo, el gasto por cápita, el nivel de estudios y el tamaño y tipología de los hogares, Shoppertec radiografía las farmacias de cada provincia, municipio y región, para enriquecer estos datos con la descripción de la competencia que tienen las oficinas, tanto por parte de otras farmacias como por parte de establecimientos de salud afines, entre los que se cuentan instituciones y entidades sanitarias como centros de salud, hospitales y clínicas. Para conocer también la capacidad para la venta libre de productos y el grado de digitalización implementado hasta la fecha.

La información aportada para conocer las características de las personas que acuden diariamente a las farmacias se nutre de los datos aportados desde el Instituto Nacional de Estadística (INE) y las cifras oficiales de población contenidas en el Padrón Municipal. De lo que se deduce el tamaño de los hogares, el número medio de personas que conviven en ellos, junto al número preciso de ellas, y la cantidad de núcleos familiares y personales por el área de influencia de las farmacias.

## A DIFERENCIA DE EXTREMADURA,

## TODOS LOS GRUPOS POBLACIONALES DE USUARIOS

## DE FARMACIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

## ESTÁN EN CRECIMIENTO

Shoppertec diferencia igualmente sobre las tipologías de farmacia y su ubicación, dentro de su naturaleza rural o urbana, y su contexto comercial y condición de estacionalidad ligada al turismo cuando esta se da. Todo ello, según densidad de población, indicadores de turismo y hábitat escalable, red de comunicaciones y de transportes.

A partir de ese esquema analítico y con ese caudal de información se puede conocer que las personas que corresponden al área de influencia de cada farmacia son 1.558 en el país, como media, mientras que en Extremadura son 1.290 y 1.844 usuarios en la Comunidad de Madrid. A escala nacional, el grupo más numeroso de las personas circunscritas a sus farmacias son aquellas nacidas en el *Baby Boom* y que, al presente, suponen 413 por farmacia y tienen una edad comprendida entre los 51 y los 71 años, mientras que el grupo menos numeroso, por razones biológicas, es el perteneciente a la *Generación Silenciosa*, y que, por tanto, son 231 personas que suman más de 72 años de edad.

En la CAM, los usuarios más numerosos pertenecen también al grupo de los *babyboomers*, con 471 usuarios, aunque seguidos de cerca por los *millennials*, 461 personas que hoy tienen una edad situada entre los 22 y los 40 años, y siendo el grupo menos numeroso el de la generación silenciosa (263).

Como región, Extremadura cuenta con un grupo más nutrido en los nacidos durante el *Baby Boom*, contabilizados en 361 residentes en el área de influencia de su farmacia más próxima, seguidos de 301 ciudadanos pertenecientes a la *Generación X* y, a mayor distancia, también por los miembros de la generación silenciosa (201).

Al ser Extremadura una región dividida en dos provincias, es ilustrativo conocer su diversidad territorial. La población por área de influencia en cada farmacia es, respectivamente, de 1.290 personas en la más poblada, y algo más extensa, Badajoz, y de 1.001 en la provincia de Cáceres, inferior en superficie en unos 2.000km<sup>2</sup>.

El grupo más numeroso de usuarios de su farmacia de proximidad son los *babyboomers* de Badajoz, contabilizados en 361 y seguidos de 301 *millennials*. Aunque, en esta pro-

vincia, llama la atención que el grupo de la generación silenciosa (201) supere ya a la *Generación X* (191), con edades situadas entre los 42 y los 51 años de edad.

En el caso de Cáceres, el grupo de usuarios de su farmacia por cercanía es nuevamente el de los *babyboomers* (304), seguido por los *millennials* (213). Pero advierte severamente observar que el grupo de la *Generación Z*, compuesto por personas situadas por debajo de los 21 años de edad, ya están claramente por debajo de los que cumplieron ya los 72 años, al pertenecer a la *Generación Silenciosa* y que, al presente, ya son 188.

### Competencia y número de farmacéuticos

En lo que respecta a la media de farmacias competidoras por área de influencia de cada oficina, que en el conjunto de España son seis, se elevan a nueve en el caso de la Comunidad de Madrid, es decir, un 50% más, mientras que en Extremadura ese porcentaje se reduce a la mitad, al ser sólo tres las farmacias de la competencia que se cuentan en el entorno de cada uno de estos establecimientos sanitarios de primer orden y mayor proximidad. En el caso extremeño, las farmacias pacenses mantienen su media regional (3), mientras que, a diferencia de las oficinas de Badajoz, bajan a dos en la provincia de Cáceres.

Igualmente, se constatan diferencias a efectos de recursos humanos en cada oficina de farmacia. Si en el país existe una media de 2,5 farmacéuticos ejerciendo sus funciones ante la población que le corresponde a su establecimiento y cualquier otro usuario coyuntural, en la Comunidad de Madrid ese dato asciende hasta los tres farmacéuticos. Bajando considerablemente en Extremadura que, a escala regional, cuenta con 1,7 profesionales por oficina, a razón de 1,6 para la provincia de Badajoz y 1,8 para la de Cáceres.

### Distinto ritmo en la digitalización

Procede ahora adentrarnos en el distinto ritmo que adquiere el desarrollo de la digitalización en las dos regiones comparadas. Previamente hay que reseñar que, como informa la Agrupación de Investigación y Marketing Farmacéutico (Aimfa), del que es proveedora Shoppertec, en la actualidad realizan venta online entre 1.500 y 3.000 farmacias en España, aunque no todas puedan vender medicamentos sin receta sino sólo una parte de ellas.



Dentro de la Comunidad de Madrid, las farmacias con redes sociales bajan en un punto (26%), aunque suben otro en el porcentaje de establecimientos con disponibilidad de portal digital propio en internet (38%), además de sumar 102 oficinas con capacidad para venta online de productos OTC.

Esos parámetros vistos en la CAM bajan considerablemente en Extremadura, comunidad autónoma en la que sólo el 14% de las farmacias tiene redes sociales, junto a un 22% de las oficinas con web y únicamente 18 autorizadas para ventas online de OTC. Esos números y porcentajes se concretan para la provincia de Badajoz con un 18% de empresas con redes sociales, un 26% con web y 16 oficinas con permiso para vender medicamentos sin receta. Descenso aún más pronunciado para el territorio de Cáceres, donde el 9% de las farmacias tienen redes sociales, el 17% portales web y sólo existe autorización de venta OTC para dos oficinas.

### Especialización en dermatología y nutrición

Dentro de las especializaciones que declaran las farmacias de ambas regiones, dermatología y nutrición se mantienen como actividades de primera elección. Actividades que, para la piel, suponen el 19%, frente al 22% de los servicios prestados a favor de una buena alimentación para los pacientes y la ciudadanía.

En la Comunidad de Madrid tales porcentajes son levemente distintos a las medias estatales, con un 22% para dermatología y un 20% para nutrición. En contraste con un menor predicamento en tierras extremeñas, en las que el 9% de la especialización comunicada se reduce al 9%, con un 14% para nutrición.

De forma segregada, en Badajoz la especialización de las farmacias se reserva a un 10% para piel y un 16% para nutrición, mientras que, en la provincia de Cáceres, tales porcentajes son del 7 y el 12%, respectivamente.

### Recursos personales y capacidad de compra

A estas alturas, nadie duda de que, tanto las ventas online como las redes sociales, son vías de innovación para aumentar la entrada física en las farmacias (*go to market*) por parte de los laboratorios, lógicamente, en función de los condicionantes geográficos existentes, de los que la demografía también es parte esencial.

Para que esa deseada afluencia a los establecimientos se produzca, tal como desean

no sólo las compañías, sino también las farmacias, resulta de lo más interesante conocer el perfil del hogar en el área de influencia de cada farmacia. Partiendo de una capacidad media de gasto por persona en función de sus ingresos una vez detraídos sus obligaciones fiscales, la renta disponible para gasto en España es de 13.822 euros, asumiendo que hay 2,5 convivientes por hogar y que únicamente el 26% corresponde a hogares unipersonales. Dicho lo anterior, el perfil medio en la CAM es de 16.873 euros como renta disponible en crecimiento y con 2,45 integrantes por hogar en porcentaje que desciende. Al igual que también tiende a bajar el número de viviendas en las que habita una sola persona, desde el actual 24%.

Por su parte, en Extremadura la capacidad de gasto se reduce a los 10.482 euros y con tendencia a la baja, tendencia que se aprecia también en los componentes de cada hogar (2,45) y el número de viviendas con un único habitante. De igual forma, las rentas disponibles son similares en Badajoz y Cáceres con, respectivamente, 10.482 y 10.054 euros. Siendo precisamente en esta segunda provincia donde se aprecia un aumento de los hogares en los que vive sólo una persona, hoy en un porcentaje del 29%, por lo que parece que dispersión geográfica y soledad son fenómenos coincidentes.

## LA COMUNIDAD DE MADRID SOBRESALE EN NÚMERO DE FARMACIAS, POBLACIÓN ATENDIDA POR ÁREA Y FARMACIAS CON WEB

### Infraestructuras sanitarias a mano

Resulta notablemente ilustrativo también el panorama sanitario que ofrece cada región, en un contexto territorial pleno que suma 837 hospitales, 3.051 centros de salud y 5.567 residencias. De estos números, 90 hospitales se encuentran en la Comunidad de Madrid, junto a 262 ambulatorios y 477 residencias.

En el caso de Extremadura, esta región dispone de 25 hospitales, de los que 16 están en Badajoz y 9 en Cáceres. Así mismo, de los 111 centros de salud extremeños, 59 son pacenses y 52 cacereños. A la vez que, de un total de 288 residencias en la región, 122 pertenecen a la provincia de Badajoz y 166 a la otra provincia extremeña.

Estas infraestructuras conviven con un gasto sanitario en evolución. Como informa Shoppertec, tal gasto se incrementó un 5,82% entre 2018 y 2019, último dato disponible, y supuso un gasto sanitario público per cápita de 1.492,29 euros, que en su capítulo de gasto farmacéutico fue del 247,9%, al haber experimentado un incremento del 6,05%.

Para el caso de la CAM, el incremento del gasto sanitario fue del 6,62% y del 7,05% para el farmacéutico. Con 1.348,83 euros destinados como media a sanidad, de los que 206,81 euros se gastan en fármacos.

Extremadura muestra un aumento del 3,06% en su gasto sanitario y del 5,94% en medicamentos, dentro de un mayor gasto para la salud por habitante que en la Comunidad de Madrid. Dado que, en la región meridional, el gasto sanitario per cápita es de 1.676,54 euros y el destinado a medicinas 332,48 euros.

### Consumer Health, también en digital

En términos de Consumer Health, resulta imprescindible el Índice de Actividad de Marca (IAM) de la consultora Shoppertec, realizado después de auditar 153 marcas de más de 96 laboratorios con el fin de proyectar el potencial de venta libre en las farmacias territoriales en productos. Se trata de una categoría que registra entre los valores 0 y 100, de forma que 0 sería la ausencia total de marcas posibles y 100 la totalidad de las marcas supervisadas. Estrategia analítica que permite establecer cinco segmentos, o tipos de farmacia, según las letras que van de la E a la A, entre las que esta última sería la de potencial máximo para dicha venta libre de medicamentos para la salud y el autocuidado.

De la aplicación de estas categorías se aprecia que, en la Comunidad de Madrid, el grupo de las farmacias que tiene mayor capacidad para este mercado es el A, con un 28%, seguido del grupo B, con un 24%. Paralelamente, y en Extremadura, los grupos de farmacias más numerosos (28%) son el D y el E, y que, por ello, ofrecen un menor potencial para el CH.

Con el ejemplo máximo del grupo E de Cáceres, que suma el 61% de las farmacias de su capital y provincia. Farmacias, por lo tanto, que no ofrecen ningún producto de CH.

### Entre madroños y encinas

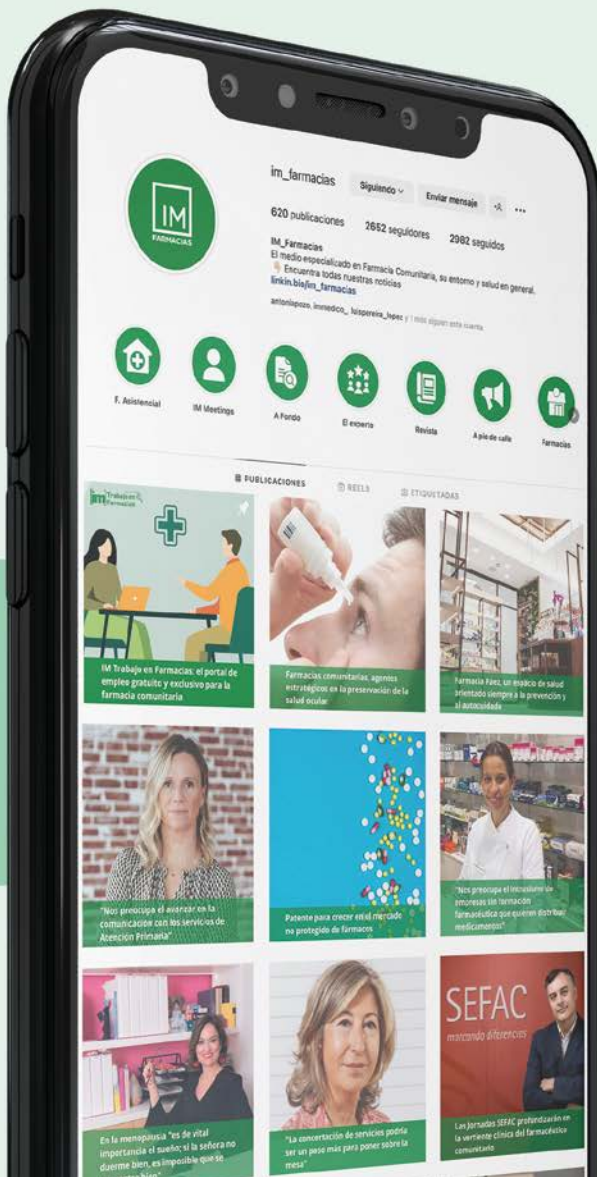
Al igual que el madroño distingue a la Comunidad de Madrid y la encina a las dehesas extremeñas, las diferencias descritas entre las redes de farmacias de ambas regiones comparadas añaden elementos de singularidad. No obstante, a ambas atañen tendencias ya advertidas por Shoppertec y la consultora Kantar Insights respecto a previsibles reducciones de gasto en farmacia y autocuidado por parte de la población, con mayor incidencia en los domicilios de rentas más ajustadas y mayor vulnerabilidad por parte del grupo de los *millennials*, en un escenario en el que la inflación no está controlada y, aunque los medicamentos

tienen sus precios muy regulados, la menor disponibilidad de liquidez por parte de los ciudadanos puede llevarles a descuidar aspectos de sus tratamientos y el cuidado de su salud en general.

Mientras que las farmacias, tanto del territorio autonómico de Madrid como del de Extremadura, región que ofrece por otro lado también una excelente calidad de vida, harán bien en seguir implementando su capacidad digital en paralelo a mejorar la experiencia de cliente por parte de sus usuarios.

En el plano general, y como recoge el *Barómetro 2022*, realizado por Shoppertec y esta cabecera, el mantenimiento de la obligatoriedad de llevar mascarilla en las farmacias hace que parte de los consumidores opten por hacer sus compras en canales alternativos. Dado que el 31% de los potenciales compradores espera fuera de la farmacia cuando hay gente o desisten en número difícil de computar. A la vez que las compras espontáneas se reduce porque los usuarios no deambulan por los lineales (38%). Con el ejemplo de que, antes, el 55% de los clientes cogía su producto para cuidado de la piel directamente desde el lineal y, hoy, apenas lo hace un 11%. +

EXTREMADURA GASTA MÁS QUE MADRID  
EN SANIDAD Y MEDICAMENTOS



IM FARMACIAS  
EL MEDIO DE LA FARMACIA COMUNITARIA

SÍGUENOS EN  
INSTAGRAM

[www.imfarmacias.es](http://www.imfarmacias.es)

## 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>C. MADRID</b>	<b>1.844</b> ↑	<b>343</b> ↑	<b>461</b> ↑	<b>308</b> ↑	<b>471</b> ↑	<b>263</b> ↑
<b>EXTREMADURA</b>	<b>1.290</b> ↓	<b>236</b> ↓	<b>301</b> ↓	<b>191</b> ↓	<b>361</b> ↓	<b>201</b> ↓
Badajoz	1.290 ↓	236 ↓	301 ↓	191 ↓	361 ↓	201 ↓
Cáceres	1.001 ↓	157 ↓	213 ↓	139 ↓	304 ↓	188 ↓



### 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>C.MADRID</b>	<b>16.873 €</b> ↑	<b>2,45</b> ↓	<b>24%</b> ↓
<b>EXTREMADURA</b>	<b>10.482 €</b> ↓	<b>2,45</b> ↓	<b>23%</b> ↓
Badajoz	10.482 € ↓	2,45 ↓	23% ↓
Cáceres	10.054 € ↓	2,27 ↓	29% ↑

### COMPETIDORES EN EL ÁREA

Nº FARMACIAS COMPETIDORAS	
+++++	6
+++++	9
++++	3
++++	3
+++	2

## EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

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

	A	B	C	D	E
<b>C. MADRID</b>	<b>28%</b>	<b>24%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>10%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>28%</b>	<b>28%</b>
Badajoz	10%	16%	18%	28%	28%
Cáceres	8%	11%	6%	14%	61%



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.

## EL PERFIL DIGITAL Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LA FARMACIA

WEB, RRSS Y VENTA ONLINE*				ESPECIALIZACIÓN DECLARADA*	
	%FARMACIAS CON RRSS	%FARMACIAS CON WEB	VENTA ONLINE OTC (Nº Farmacias)	DERMO	NUTRICIÓN
<b>NACIONAL</b>	<b>27%</b>	<b>37%</b>	<b>711</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>26%</b>	<b>38%</b>	<b>102</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>18</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>
Badajoz	18%	26%	16	10%	16%
Cáceres	9%	17%	2	7%	12%

## ENTORNO Y GASTO SANITARIO

	ENTORNO SANITARIO*			GASTO SANITARIO 2019*	
	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS	% Var. 2019/2018	GSP pc (€) 2019
<b>NACIONAL</b>	<b>837</b>	<b>3.051</b>	<b>5.567</b>	<b>5,82%</b>	<b>1.492,29 €</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>90</b>	<b>262</b>	<b>477</b>	<b>6,62%</b>	<b>1.348,83 €</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>25</b>	<b>111</b>	<b>288</b>	<b>3,06%</b>	<b>1.676,54 €</b>
Badajoz	16	59	122		
Cáceres	9	52	166		

## ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO

	LA FARMACIA*			GASTO FARMACÉUTICO 2021*	
	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA	% Var. 2021/2020	GFP pc (€) 2021
<b>NACIONAL</b>	<b>22.198</b>	<b>2.144</b>	<b>2,5</b>	<b>6,05%</b>	<b>247,90 €</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>2.914</b>	<b>2.317</b>	<b>3,0</b>	<b>7,05%</b>	<b>206,81 €</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>666</b>	<b>1.591</b>	<b>1,7</b>	<b>5,94%</b>	<b>332,48 €</b>
Badajoz	379	1.537	1,6		
Cáceres	287	1.768	1,8		

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.