

# Entre los Pirineos, el mar y el Ebro, farmacias del País Vasco y Navarra

AGRESTES LOMAS TAPIZADAS DE VERDES MUY VIVOS, FÉRTILES VEGAS Y VISTAS ABIERTAS AL CANTÁBRICO ACOGEN REDES DE FARMACIAS MUY DINÁMICAS TAMBIÉN EN LAS CIUDADES DE NAVARRA Y EL PAÍS VASCO. ENTRE CASERÍOS Y ALTOS HORNOS, AMBOS TERRITORIOS NO SÓLO DIFIEREN EN EXTENSIÓN Y CANTIDAD DE HABITANTES, SINO TAMBIÉN EN NÚMERO DE OFICINAS, DIGITALIZACIÓN Y GRADO DE MADUREZ EN AUTOCUIDADO EN SUS FARMACIAS.



**A**l igual que en el resto de territorios, en el País Vasco y Navarra se asiste a la mutación que experimenta el *shopper*, o comprador, que acude a las farmacias. Como bien explica el *CEO de Shoppertec*, **José Antonio Andreu**, a través del último informe sectorial de IM Farmacias, el usuario busca más información previa a su visita al establecimiento y al acto de compra propiamente dicho, al prestar más atención que antes al precio. Y tiene la vista puesta en las redes sociales, que alcanzan también a los canales de la competencia, desde un espíritu menos marquista que el que caracterizaba a los tiempos pretéritos, según una actitud vigilante respecto a las promociones y con más ganas de deambular entre lineales tras la pandemia. Juanto a una mayor apertura mental de los propietarios de oficinas a pensar en las categorías como palancas de rentabilidad y mediante un análisis

reflexivo de las pautas de negocio que debe seguir cada establecimiento para mejorar siempre, en todo lo posible, la experiencia de compra.

## **Sonando las campanillas de las farmacias**

Tengan campanillas o timbres las entradas de las farmacias, siempre con la amplia sonrisa de sus profesionales al fondo, cada oficina es a la vez lo mismo de siempre pero a la vez

también algo único. Así se recibe a una gran tipología de pacientes, clientes y usuarios a cuya descripción se aplica rigurosamente Shoppertec, consultora comercial especializada en inteligencia de cliente y en la llegada al mercado en el sector farmacéutico. Para conocer cómo son las oficinas según las provincias y regiones en las que brilla la cruz verde. Faro al que acude cada ciudadano sin importar sus tramos de edad, sexo, renta disponible, nivel formativo, tipo de domicilio o número de moradores. Magnitudes accesibles desde los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y los padrones municipales para optar a una panorámica como la presente, completada con los otros recursos de tipo sanitario que ofrecen los entornos rurales y urbanos y su puntual repaso a los centros de salud para atención primaria, los hospitales de las redes de atención especializada y las residencias de mayores.

De notable importancia también resulta saber el número de población que se adscribe al área de influencia de cada farmacia, con su correspondiente distribución en los distintos grupos generacionales. A partir del análisis Shoppertec, que también atiende a las infraestructuras civiles en el medio en el que se encuentra cada farmacia, su grado de presencia digital en el mercado y su capacidad de venta de productos para el autocuidado.

### **Cada farmacia en su espacio**

Al presente se mantiene invariable el número de farmacias en 22.198 farmacias dentro del país. Así como tampoco cambia la cantidad de personas que son atendidas por cada establecimiento como media, y que es de 2.135. Una media que se ve superada en la red del País Vasco, donde cada una de sus 840 farmacias atiende igualmente como promedio a 2.636 personas. Con una distribución provincial de población que otorga 438 farmacias a Vizcaya, 287 a Guipúzcoa y únicamente 115 a Álava. Territorios en los que cada botica atiende a 2.635, 2.530 y 2.901 ciudadanos, respectivamente. Mientras que, en Navarra, su menor densidad de población muestra cómo corresponden 1.101 usuarios a cada una de sus 601 oficinas.

Con algo más de 2,2 millones de habitantes, el País Vasco ocupa el séptimo lugar por población en el conjunto del país. Si se tiene en cuenta que la población española creció en 135.186 personas durante el segundo trimestre de 2023, hasta alcanzar los 48.345.223 habitantes. De forma que, en las tres provincias vascas, reside el 4,59% de la población total, con la disponibilidad del 3,78% de la red estatal de farmacias, con un 1,97% reservado a la provincia de Vizcaya, dada la pujanza demográfica que le distingue, con 1.149.344 habitantes. Mientras que, complementariamente, el 34,16% de las farmacias vascas está en Guipúzcoa y el 13,69% en Álava, estando abiertas el 52,14% de dichas oficinas vascas en la ya aludida provincia de Vizcaya.

Al este, la comunidad foral de Navarra cuenta con una población de 675.285 habitantes, quedando situada en el puesto 15 dentro del ranking regional por volumen de ciudadanos residentes. Tal población supone apenas el 1,39% de la población nacional. Porción poblacional que tiene a su disposición el 2,7% de la red estatal de farmacias.

Al comparar las dos comunidades autónomas, desde el plano geográfico, la primera diferencia que aflora es que el País Vasco suma más población y número de farmacias, a pesar de tener una inferior extensión territorial a la de Navarra. Así, resulta que de los 505.990 km<sup>2</sup> de la superficie del país, el País Vasco acota 7.234 km<sup>2</sup> como su 1,42% correspondiente del total. Extensión en la que su densidad de población de 308 habitantes por km<sup>2</sup> triplica la media nacional, que hoy se calcula en 92 habitantes por km<sup>2</sup>. Más en detalle, la provincia de Vizcaya, cuya superficie es de 2.217 km<sup>2</sup>, representa el 0,04% del total del país, con una densidad de población que se eleva a la tercera en el ranking nacional, con 518,55 habitantes por km<sup>2</sup>, quintuplicando el promedio nacional.

Por su parte, y en Navarra, donde la densidad de población se sitúa únicamente en los 65 habitantes por km<sup>2</sup>, su superficie territorial de 10.391 km<sup>2</sup> ocupa el 2,05% del total nacional.

### **'Babyboomers' y demás**

Habida cuenta de que la población por área de influencia se ha elevado de las 1.558 a las 1.567 personas en todo el país durante los últimos meses, cabe resaltar diferencias muy acusadas en el país. Como media, mientras que en el País Vasco tal población sujeta a su farmacia de confianza es de 1.930 ciudadanos, en Navarra desciende a sólo 831, expresando a las claras una menor densidad demográfica y una evidente mayor dispersión humana en su territorio. Concretamente, y según cada provincia vasca, esa distribución se articula en 2.210 personas en Álava, 1.927 en Vizcaya y 1.821 en Guipúzcoa, en todos los casos notablemente por encima del promedio estatal.

Resulta igualmente del mayor interés diferenciar estos grupos de población atendida según su distribución en tramos de edad tan definitorios de sus estilos culturales de vida y capacidad de compra. De manera que, en las siguientes líneas, se distingue y cuantifica entre país, y a escala provincial y regional, las personas biográficamente sujetas a uno u otro grupo en función de su fecha de nacimiento. Para diferenciar entre los miembros de la 'generación Z', que van de los bebés a los que aún no han superado los 21 años de edad; los *millennials*, ni los más jóvenes ni especialmente maduros, dado que va de los 22 a los 40 años; seguidos de la 'generación X', que es el tramo de edad situado entre los 45 y los 51 años; los *babyboomers*, como hijos del *Baby Boom* que les da nombre, grupo más numeroso y que está compuesto por personas que ya han cumplido edades que van de los 52 a los 71 años y, finalmente, los componentes de la 'generación silenciosa', a veces tan ignorada por su discreción.

Según estos tramos demográficos, el grupo más nutrido en España es de los *babyboomers* (423), seguidos por los *millennials* (363), junto a un reparto desigual por generación, ya sea la 'Z' (292), la 'X' (254) o la 'silenciosa' (236), que ya vaticina a corto plazo un *sorpasso* de las edades más senectas a las más jóvenes, como fruto del envejecimiento poblacional agravado por una natalidad muy poco vigorosa. El esquema estatal se cumple para el País Vasco, donde los tramos más populosos son los de los *babyboomers* (553) y los *millennials* (391), al tiempo que los miembros de la 'generación Z' (335) están próximos a alcanzar a los de la 'generación silenciosa' (349), quedando algo más descolgados los de la 'generación X' (301). Contexto regional en el que la provincia de Álava cuenta con 623 personas que nacieron en el *Baby Boom* por cada 2.100 ciudadanos por área de influencia de cada una de sus farmacias, mientras que su grupo más joven anota 400 ('generación Z') frente a sus 392 mayores de 72 años de edad. En paralelo a los 563 *babyboomers* de Vizcaya y los 510 de Guipúzcoa. Aunque en esta última hay más jóvenes (330) que mayores (326) que en Vizcaya, donde esa comparación se invierte, al sumar 321 personas la 'generación Z' y 353 la 'generación silenciosa'. Siendo destacable para las tres provincias vascas que todos los tramos de edad de la población atendida por oficina están en expansión.

## Hogares casa por casa

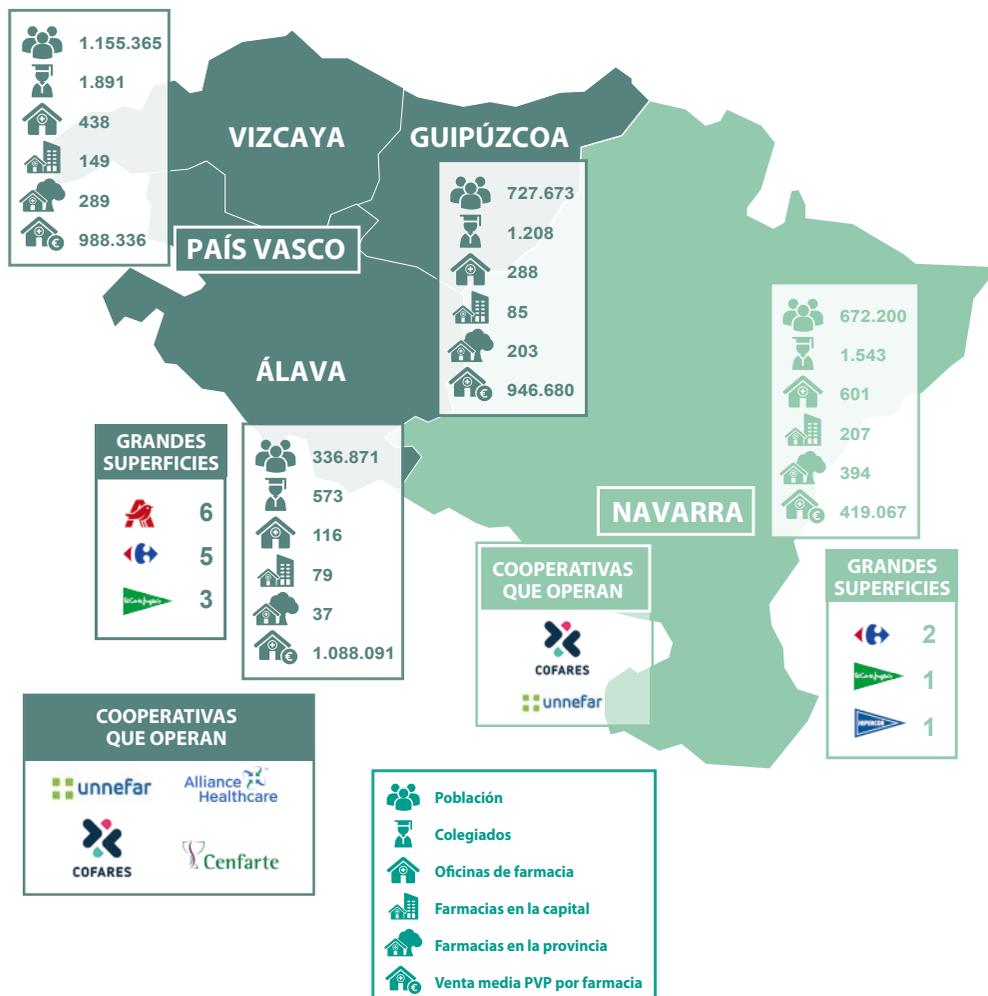
Los datos aportados por Shoppertec muestran una capacidad de gasto por cada hogar del país situada en los 13.819 euros, con 2,52 miembros por cada domicilio y sin que haya habido un aumento a destacar en el porcentaje de ellos en los que sólo vive una persona (26%) y, como tales, mantienen la condición de hogares unipersonales.

En ese esquema, los hogares de Navarra disponen de una mayor renta gastada que la nacional, al situarse hoy en los 16.844 euros, con tendencia a crecer, y una menor población por domicilio (2,5) que en el promedio nacional, siendo su número de hogares unipersonales el 24%, estos dos últimos datos en tendencia descendente. Cuadro socioeconómico que en el País Vasco supone tener una capacidad de gasto al alza de 18.264 euros, que pondera las cifras per cápita de sus provincias, con los 18.455 euros de Guipúzcoa, los 18.368 euros de Álava y los 18.111 de Vizcaya, todos ellos territorios en curva positiva. Mientras que en sus hogares residen menos personas, tanto en Guipúzcoa (2,4), como en Vizcaya (2,35) y Álava (2,34), en retroceso, al igual que sus domicilios con personas que viven solas, donde Guipúzcoa iguala la media nacional (26%), pero Álava (24%) y Vizcaya (23%) quedan por debajo de la misma.

## Farmacéuticos y oficinas colindantes

Las dos comunidades comparadas ofrecen un buen promedio de farmacias competidoras por área de influencia de cada oficina, cifra media que en el conjunto nacional se fija en seis establecimientos. De forma que el País Vasco cumple este parámetro, aunque no de forma homogénea en sus respectivas provincias, dado que Vizcaya sí encuentra seis oficinas en el área de cada una de sus 840 farmacias, mientras que en el caso de Guipúzcoa se reducen a cinco y, en la provincia de Álava, a cuatro. Así mismo, y en el caso de Navarra, esa tasa se eleva a ocho, una de las más altas del país.

Respecto al número de farmacéuticos, y al tener presente que la media nacional por establecimiento es de 2,5 profesionales, procede decir que todas las provincias vascas quedan claramente por delante de ese promedio, mientras no se alcanza en Navarra (1,9). Efectivamente,



tal media es de 3,4 farmacéuticos por oficina tomando el País Vasco en su conjunto, con una provincia como Álava en la que se supera (3,7%), mientras que en Guipúzcoa baja a 3,4 y en Vizcaya a 3,3.

## Importantes inversiones en salud

Tanto el País Vasco como Navarra se distinguen por dedicar más gasto sanitario a cada uno de sus ciudadanos que la media estatal. Esta última se sitúa en 1.766,72 euros en concepto técnico de gasto sanitario público (GSP) per cápita hasta 2022, después de haber experimentado un incremento del 4,63% entre 2021 y 2022. Por su parte, el GSP de Navarra hoy se sitúa en 1.922,64 euros, tras su correspondiente variación (4,51%), mientras que, en el País Vasco, la cifra es de 2.046 euros por ciudadano, constatando una subida interanual del 4,35%. Como parte del capítulo de gasto sanitario, el gasto farmacéutico público (GFP) siguió en los 253,07 euros en 2022, habida una subida interanual del 4,93% entre ese año y el anterior. En el caso de Navarra, ese incremento sólo fue del 3,87% entre 2021 y 2022, con una cuantificación por usuario de la sanidad pública de 222,87 euros. Dentro de un común comportamiento visto en el País Vasco, donde lo empleado en medicamentos subió apenas el 2,35%, que dejó el gasto medio en fármacos por habitante en 224,25 euros.

En lo referente a las infraestructuras sanitarias, el país mantiene sus 921 hospitales, 3.135 centros de salud y 5.567 residencias. Contabilizando en Navarra un total de 12 hospitales, 60 ambulatorios y 77 residencias. En contraste con los 42 hospitales, 140 centros de salud y 387 residencias del País Vasco. Dentro de un reparto provincial que incluye 21 hospitales en Vizcaya, 15 en Guipúzcoa y 6 en Álava. Cifras que se invierte en Álava en cuanto ambulatorios (116), por encima de los 69 de Vizcaya y los 45 de Guipúzcoa. Contando Vizcaya con mayor número de residencias (216), más abundantes que las 94 de Álava y las 77 de Guipúzcoa.

## Digitalización más que aceptable

Como es de entender, prosigue la digitalización de un sector caracterizado siempre por estar en punta de lanza tecnológica al servicio de los ciudadanos. Al hilo de Google My Business es más fácil evaluar este fenómeno para conocer la evolución en ventas online, presencia web y la redes sociales propias de las farmacias. Sin que, hasta la fecha, sin embargo, haya habido subida o bajada en el número de oficinas con capacidad para la ven-

ta online de productos sanitarios que no precisan receta médica en España. Se trata de 730 farmacias que disponen de permiso otorgado por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS), dentro de una red en la que el 40% de estos establecimientos tienen página web propio, estando el 32% activos en redes sociales (RRSS).

En términos digitales, solamente cinco farmacias de las 601 existentes en Navarra pueden vender productos OTC a través de internet, espacio en el que el 27% de las oficinas cuentan con portal web y el 19% hace un uso profuso de las RRSS. Mientras que, en el País Vasco, el 41% de las farmacias tienen web, el 26% comparten en redes su actividad y el 28% realiza venta online de productos de salud sin receta. El mayor número de oficinas que pueden llevar sus referencias en remoto se residencia en la provincia de Guipúzcoa (14), siendo paradójicamente algunas más en Álava (9) que en Vizcaya (5). Al tener Álava más territorio y menos población que las otras provincias vascas suma más farmacias con web (48%), mientras que sus oficinas con redes sociales suponen el 27%. Guipúzcoa tiene el mayor porcentaje de farmacias activas en redes sociales (31%), junto a un 41% de establecimientos con páginas web. Por su parte, Vizcaya tiene un 39% de sus farmacias con portales digitales, mientras que un 23% comparten habitualmente sus contenidos y comentarios en RRSS.

### **Especializaciones declaradas: mimar y comer**

Como explica Shoppertec, la farmacia se mantiene fuerte en los principales mercados del autocuidado, a pesar de la intensa competencia que existe en otros canales como son los grandes almacenes, las perfumerías, los hipermercados y otros comercios detallistas. Al aplicar una metodología tan cuali como cuantitativa para describir los perfiles de los compradores, sus mecanismos mentales en el acto de compra, la competencia ya aludida o la relación entre frecuentación y compras desde que el cliente identifica su necesidad, se informa o no a través de internet sobre el producto que necesita y visita su farmacia de confianza o la que le queda más de paso.

En el plano nacional, la especialización declarada por las farmacias se mantiene en el 18% para el cuidado de la piel (Derma), mientras que en Nutrición es del 17%. Las tasas estatales rigen también para el País Vasco, aunque con notables divergencias provinciales. La mayor



especialización dermatológica se da en Álava (24%), aunque las farmacias alavesas registran una mayor especialización en Nutrición (29%). Por detrás va Vizcaya, donde sus farmacias especialmente dedicadas a Derma sí mantienen la tasa nacional (18%), pero caen por debajo de la misma en Nutrición (16%). Quedando más descolgada Guipúzcoa, cuya especialización en Derma pierde un punto (17%) en el promedio de la red estatal y se reduce aún más en Nutrición (13%).

En el caso de Navarra, se cumple la media de especialización declarada en Nutrición (17%), pero en el caso del cuidado de la piel sube del 18% al 21%.

### **Distinto grado en autocuidado**

Shoppertec aporta el Índice de Actividad de Marca (IAM) para retratar la potencia del mercado de *Consumer Health* (CH) dentro de las regiones y provincias analizadas. Un indicador elaborado después de auditar las 153 marcas que fabrican y comercializan los 96 laboratorios más importantes del sector. Para poder mostrar cinco categorías, que van de 0 a 100 y que se numeran con las cinco primeras letras del alfabeto para mostrar en sus extremos que el porcentaje de las farmacias 'A' corresponde a aquellas en las que se venden todas las marcas de autoconsumo, mientras que en las boticas 'E' no se comercializa ninguna. Los datos del IAM permiten comprobar, por ejemplo, que el número de establecimientos más volcados en el CH es mucho mayor en el País Vasco (32%) que en Navarra (5%), comunidad foral uniprovincial en la que el número de farmacias donde no se venden productos de autocuidado se eleva al 28%. Grupo reducido al 10% en el País Vasco, porque, a escala provincial, se sitúan con mayores ventas en este mercado Álava (37%), Vizcaya (34%) y Guipúzcoa (28%). Una realidad de la que se podría deducir que el País Vasco dispone de una red más propicia que la navarra para las estrategias farmacéuticas de introducción de nuevos productos de CH, también denominadas de *go to market*.

### **Sonidos de gaita y txistu**

Con el eco al fondo de *txistus* y gaitas navarras, el informe '*Farma Shopper*' de Shoppertec señala el peligro que supone para el sector que este año crezca el número de compradores habituales en oficina que también abren su consumo a otros canales, sin excesiva fidelidad al tipo de establecimiento. Realidad que discurre en paralelo a un aumento de las compras *online*, que pasó del 41% de inicios de 2022 al más reciente 50%. Mientras que, en el plano de la presencialidad, si bien es cierto que al consumidor le gusta curiosear más que antes entre lineales, también lo es que el número de actos de compra no ha crecido y sí parece haber bajado el volumen de productos que se adquiere en cada visita.

En aras de hacer aún más atractivas las farmacias de la comunidad foral, el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Navarra (COFNA) recuerda a sus vecinos que pueden depositar allí sus radiografías viejas, que la salud del viajero siempre importa, se asista o no a los sanfermines, y que es tan importante administrar bien la vitamina D como ver en la bata del farmacéutico un aliado siempre atento contra cualquier síntoma de violencia de género. Mientras que, desde el Consejo de Colegios Oficiales Farmacéuticos del País Vasco se progresa en la difusión del uso de sistemas personalizados de dosificación (SPD), así como en la prevención y tratamiento de las úlceras de presión en virtud de la población mayor y a iniciativa especialmente impulsada desde el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Bizkaia (COFBI).+

## 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>1.567</b>	<b>292</b>	<b>363</b>	<b>254</b>	<b>423</b>	<b>236</b>
<b>C. NAVARRA</b>	<b>831</b> ↓	<b>166</b> ↓	<b>187</b> ↓	<b>131</b> ↓	<b>220</b> ↓	<b>127</b> ↓
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>1.930</b> ↑	<b>335</b> ↑	<b>391</b> ↑	<b>301</b> ↑	<b>553</b> ↑	<b>349</b> ↑
ÁLAVA	2.210 ↑	400 ↑	445 ↑	350 ↑	623 ↑	392 ↑
GUIPUZCOA	1.821 ↑	330 ↑	371 ↑	283 ↑	510 ↑	326 ↑
VIZCAYA	1.927 ↑	321 ↑	389 ↑	301 ↑	563 ↑	353 ↑

PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA			
	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
<b>NACIONAL</b>	<b>13.819 €</b>	<b>2,52</b>	<b>26%</b>
<b>C. NAVARRA</b>	<b>16.844 €</b> ↑	<b>2,50</b> ↓	<b>24%</b> ↓
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>18.264 €</b> ↑	<b>2,37</b> ↓	<b>24%</b> ↓
ÁLAVA	18.368 € ↑	2,34 ↓	24% ↓
GUIPUZCOA	18.455 € ↑	2,40 ↓	26% ↑
VIZCAYA	18.111 € ↑	2,35 ↓	23% ↓

COMPETIDORES EN EL ÁREA	
Nº FARMACIAS COMPETIDORAS	
+++++	6
+++++	8
+++++	6
+++++	4
+++++	5
+++++	6

## EL POTENCIAL DE LA FARMACIA



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

	A	B	C	D	E
<b>C. NAVARRA</b>	<b>5%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>35%</b>	<b>28%</b>
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>32%</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>10%</b>
ÁLAVA	37%	23%	14%	12%	14%
GUIPUZCOA	28%	24%	19%	20%	10%
VIZCAYA	34%	21%	17%	18%	10%



Información poblacional: INE, Cifras oficiales de población del Padrón Municipal 1 de enero 2023

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 a 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

shopperTec  
Insights & Solutions

## WEB, RRSS Y VENTA ONLINE\*

## ESPECIALIZACIÓN DECLARADA\*

	%FARMACIAS CON RRSS	%FARMACIAS CON WEB	VENTA ONLINE OTC (Nº Farmacias)	DERMO	NUTRICIÓN
<b>NACIONAL</b>	<b>32%</b>	<b>40%</b>	<b>730</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>
<b>C. NAVARRA</b>	<b>19%</b>	<b>27%</b>	<b>5</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>26%</b>	<b>41%</b>	<b>28</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>
ÁLAVA	27%	48%	9	24%	29%
GUIPUZCOA	31%	41%	14	17%	13%
VIZCAYA	23%	39%	5	18%	16%

## ENTORNO Y GASTO SANITARIO

shopperTec  
Insights & Solutions

## ENTORNO SANITARIO\*

## GASTO SANITARIO 2022\*

	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS	% Var. 2022/2021	GSP pc (€) 2022
<b>NACIONAL</b>	<b>921</b>	<b>3.135</b>	<b>5.567</b>	<b>4,63%</b>	<b>1.766,72 €</b>
<b>C. NAVARRA</b>	<b>12</b>	<b>60</b>	<b>77</b>	<b>4,51%</b>	<b>1.922,64 €</b>
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>42</b>	<b>230</b>	<b>387</b>	<b>4,35%</b>	<b>2.046,88 €</b>
ÁLAVA	6	116	94	0,00%	0
GUIPUZCOA	15	45	77		
VIZCAYA	21	69	216		

## ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO

shopperTec  
Insights & Solutions

## LA FARMACIA\*

## GASTO FARMACÉUTICO 2022\*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA	% Var. 2022/2021	GFP pc (€) 2022
<b>NACIONAL</b>	<b>22.198</b>	<b>2.135</b>	<b>2,5</b>	<b>4,93%</b>	<b>253,07 €</b>
<b>C. NAVARRA</b>	<b>601</b>	<b>1.101</b>	<b>1,9</b>	<b>3,87%</b>	<b>222,87 €</b>
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>840</b>	<b>2.636</b>	<b>3,4</b>	<b>2,35%</b>	<b>224,25 €</b>
ÁLAVA	115	2.901	3,7		
GUIPUZCOA	287	2.530	3,4		
VIZCAYA	438	2.635	3,3		

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.