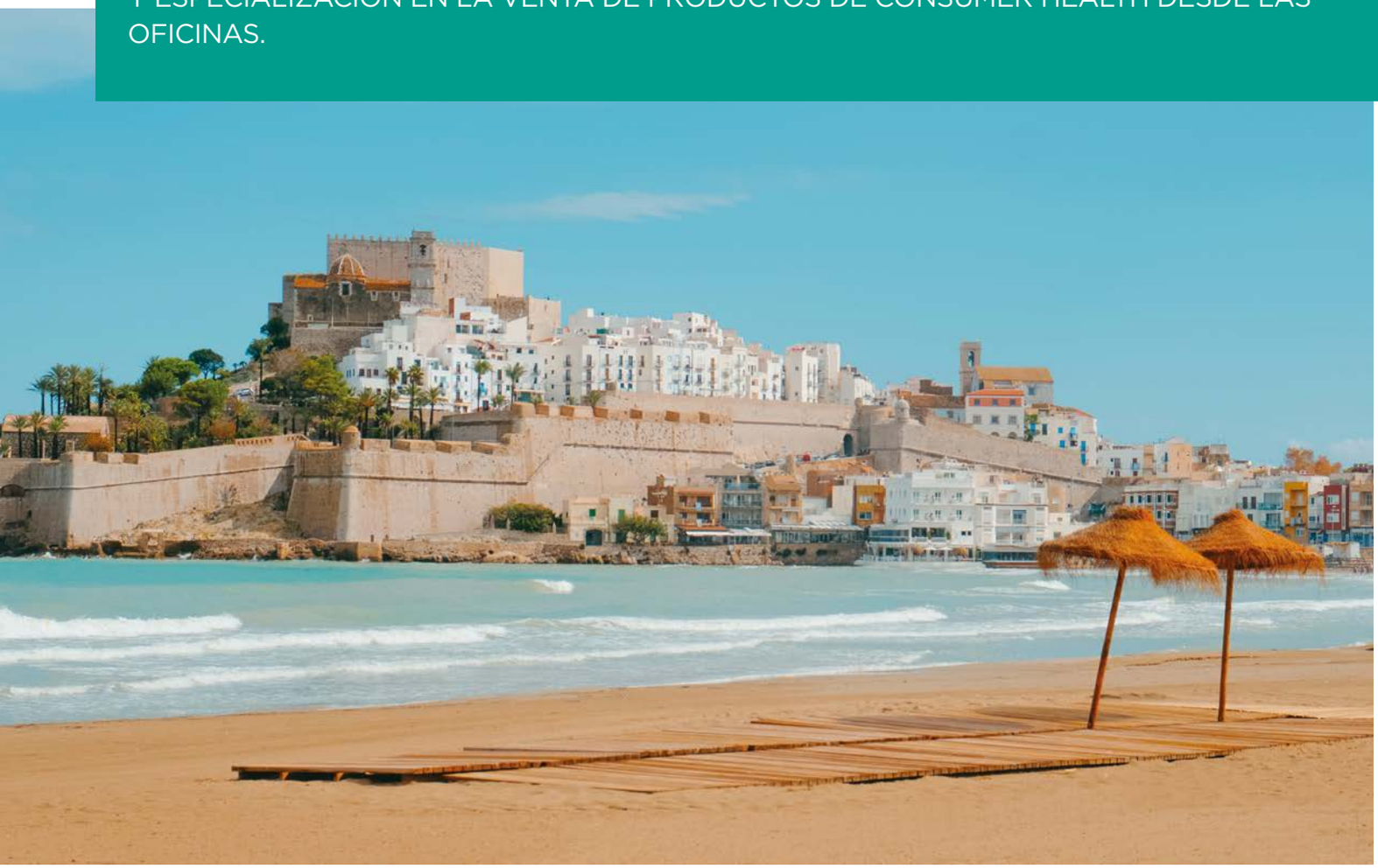
Arriba y abajo, las farmacias de la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia

EL EJE MEDITERRÁNEO PENINSULAR DISPONE DE ALGUNOS TERRITORIOS TAN DINÁMICOS COMO LA COMUNIDAD VALENCIANA Y LA REGIÓN DE MURCIA. ESPACIOS CON PECULIARIDADES DE CLIMA Y PAISAJE PARA SUS RESPECTIVAS REDES DE FARMACIAS EN LAS QUE, AUNQUE NO DE FORMA ACUSADA, TAMBIÉN SE CONSTATAN DIFERENCIAS EN LA CAPACIDAD DE RENTA DE SUS USUARIOS, ASÍ COMO EN EL GRADO DE DIGITALIZACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN EN LA VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMER HEALTH DESDE LAS OFICINAS.



A orillas del mismo mar Mediterráneo y con la meseta castellana a sus espaldas, la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia disponen de unas redes de farmacias ajustadas a sus territorios para reeditar cada día una misma vocación de servicio a favor de la salud de los ciudadanos. Partes tan singulares como esenciales de un sector bien descrito durante las séptimas jornadas *'Visión, Innovación y Estrategia de Mercado para el futuro de la Farmacia'* que se celebraron secuencialmente en Barcelona y Madrid, los pasados 3 y 4 de junio. Para conocer, entre otras cosas y de la mano de la consultora Shoppertec, la firma IQVIA y esta cabecera, los resultados del Barómetro 2025 obtenidos después de haber preguntado a 400 compañeros farmacéuticos para conocer sus opiniones mayoritarias sobre la situación actual de sus negocios, el grado de colaboración que encuentran en los laboratorios proveedores de medicamentos y productos sanitarios y, muy especialmente, las actitudes del *shopper* en tiempos de inflación y cambios tecnológicos constantes.

En un tiempo precisamente también en el que, como precisó **Laura Peidró**, *redactora jefa de IM Farmacias*, la farmacia profesionaliza aún más su gestión para optimizar progresivamente su negocio, mientras que el comprador tipo de *Consumer Health* planifica más sus compras al comparar los precios en mayor medida que anteriormente, sin que esto obste a que surjan más oportunidades vinculadas a una mayor modernización de los establecimientos del sector, no es necesario recordarlo, en su calidad de puntos de la máxima proximidad al ciudadano en todo lo que toca a su salud.

A favor de esta modernización que hace de las farmacias uno de los sectores económicos más avanzados del país, **José Antonio Andreu**, *CEO de Shoppertec*, observó sin embargo en la presentación del Barómetro que, únicamente una de cada cuatro farmacias, se autopercibe como oficina que va por delante en su entorno a efectos de tecnología punta. A pesar de que el 84 % de los titulares opina que será precisamente la digitalización la clave de su negocio con la vista puesta a cinco años. Al cuantificarse también en un 74 % de los farmacéuticos los que confían a esos desarrollos el verdadero futuro del sector. Sin que admitan utilizar todavía herramientas de inteligencia artificial (IA) más allá del 14 %, cuando el abultado 79 % de ellos se confiesa al presente como poco o nada preparado para incorporar esta tecnología al discurrir cotidiano de su negocio, ya sea para la gestión de sus *stocks* o para anticipar qué productos tendrán una mayor demanda a futuro mediante la IA. Todo ello, dentro de una tendencia general a la digitalización con subida de algunos puntos ya confirmados para Valencia y Murcia, respecto al año pasado y como dinámica también apreciada en otros territorios del país.

En otro aspecto, el *director de IM Farmacias*, **Xavi Salada**, explicó durante dicha presentación, que las expectativas para 2025 deberían ser más positivas para las farmacias a tenor de una facturación que ya mejoró durante el ejercicio anterior, pero con posibilidades no obstante de que su rentabilidad se vea reducida en algún grado este mismo año. Situación que debería orientar la mirada de los titulares de farmacia hacia la venta online por ser un canal con potencial a la vez que se incrementa la cartera de servicios profesionales, la relación omnicanal con el cliente y la especialización.

Las cosas como son

Desde esas vías de mejora arriba citadas, las farmacias valencianas, alicantinas, castellonenses y murcianas son las primeras interesadas en conocer su propio sector tanto a escala regional como provincial y estatal. Una tarea facilitada por Shoppertec al extraer la información realmente valiosa del Instituto Nacional de Estadística (INE) y abrir una panorámica demográfica y socioeconómica que se completa con los datos aportados por los padrones municipales. Fuentes que definen el sustrato en el que las oficinas de farmacia desarrollan su actividad en el mismo contexto que se ubican otros canales como las parafarmacias y las grandes superficies como El Corte Inglés (ECI), prácticamente ubicuas en todo el país.

Acerca del sector propiamente dicho, según el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (CGCOF), ofrece a todos los ciudadanos la red de farmacias que garantiza la continuidad en la atención farmacéutica y la protección de la salud de los ciudadanos. Gracias a un modelo empresarial basado en la farmacia comunitaria, entendida como establecimiento privado de interés público y sujeto a los dictados de la Administración. A cuyo frente siempre hay un farmacéutico colegiado como titular, sin dejar espacio a la propiedad corporativa o para el sistema de cadenas corporativas. Para llevar la prestación y el consejo farmacéutico a una farmacia por cada 2.100 habitantes. Al contar con una calidad humana definida por el 70 % del total de los cerca de 78.000 farmacéuticos actualmente colegiados en España y que prestan sus servicios en la red comunitaria. Para hacer de la dispensación de medicamentos, con o sin receta, el primer paso hacia la recuperación de la salud de las personas o para prevenir la enfermedad. Desde una vocación que va del grado al mostrador con seguimiento farmacoterapéutico, programas de salud pública como pueden ser la vacunación, el cribado o la promoción de la salud, y otros servicios hoy también imprescindibles como los sistemas personalizados de dosificación (SPD) o las pruebas rápidas y también la atención domiciliaria. Mientras que la interconexión con el sistema sanitario hace más efectivo el control de la adherencia a los tratamientos y facilita llevar al día los historiales farmacológicos. Razón por la que deberían ser el principal apoyo para reducir los desabastecimientos, que se confirman como un problema en aumento desde 2018.

Establecimientos que también, y aunque a distinto ritmo, abrazan un futuro capaz de humanizar la tecnología y en su caso, por ejemplo, llevar el producto de autocuidado allí donde se encuentra el paciente o el ciudadano comprometido también con su propia salud. Como demuestra que haya crecido el número de farmacias autorizadas por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) de 730 a las 747 actuales. Potencia que se completa con el número de oficinas que se muestran activas en las redes sociales (RR. SS.) y disponen también en numerosos casos de portales de internet.

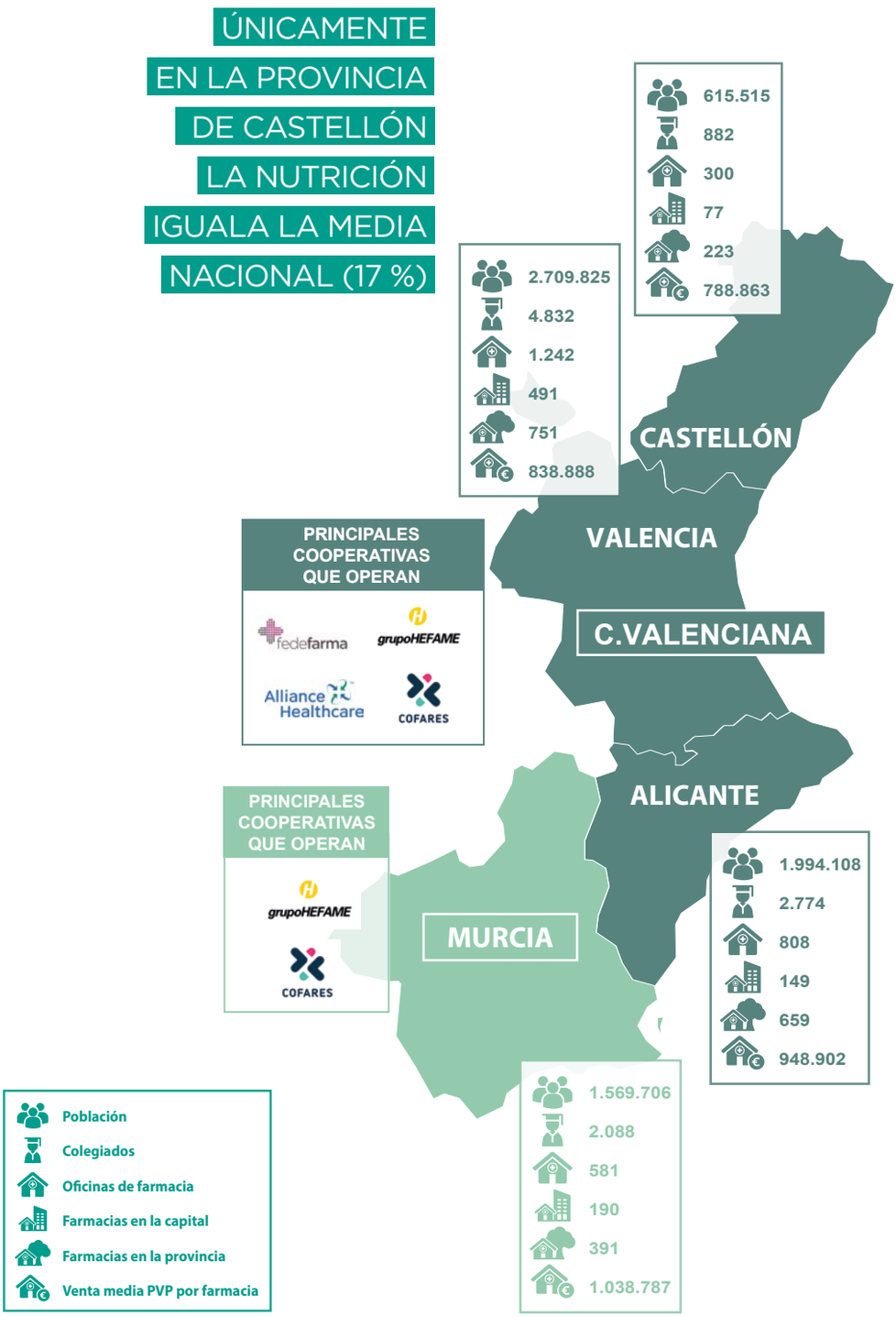
De igual modo, en este análisis, como en otros anteriores, también se mantiene la clasificación de las farmacias según su grado de implicación en el mercado de *Consumer Health* (CH) y en función de su especialidad declarada principal, como pueden ser nutrición y dermo para el cuidado de la piel. Dado que las farmacias están insertas en un contexto asistencial en el que también es preciso conocer el número de hospitales, centros de salud y residencias más o menos medicalizadas.

Siempre cerca y siempre a mano

La Estadística Continua de Población (ECP) del INE, actualizada al primero de abril de 2025, cifró en sus datos provisionales la población total de España en 49.153.849 habitantes, tras haber experimentado una subida trimestral del 0,15 % equivalente a 75.865 personas. Un incremento que se dividió entre el 0,96 % interanual para los hombres, que sumaron

24.111.025, y el 0,81 % de las mujeres, con un total de 25.042.824. Donde los extranjeros residentes de ambos sexos ya supusieron 6.947.711, por adición de 95.363 personas que se cuantificaron en un aumento del 1,39 %.

Región a región, las comunidades autónomas que experimentaron un mayor crecimiento de su población fueron, también al empezar abril de este año, la Comunidad de Madrid, con una subida del 0,45 %, la Comunidad Valenciana, con un aumento del 0,37 %, y curiosamente también la Región de Murcia, con un incremento del 0,26 %. Datos por elevación que significaron una expansión porcentual respecto al trimestre anterior. En un contexto general en el que los aumentos de población se debieron al empuje de la inmigración. En un territorio en el que el país tiene una superficie de 505.990 km² con una densidad de población de 97 habitantes por km². La Comunidad Valenciana tuvo hasta esta primavera una población total de 5.434.454 habitantes, con un crecimiento trimestral de 20.158 personas (0,37 %) y un crecimiento interanual de 95.630 personas (1,79 %), con una diferencia por sexos del 49,26 % para los hombres y del 50,74 % para las mujeres. Mientras que, a escala provincial, Valencia tiene el 47,5 % de los ciudadanos, que son cerca de 2.580.000, mientras que Alicante, con el 35,7 %, ya cuenta con 1.940.000 personas, siendo la provincia menos poblada Castellón, con el 16,8 % y 915.000 residentes. En general, la región contiene el envejecimiento poblacional por la vía de la inmigración y la llegada de familias y adultos jóvenes, lo que augura un saneado crecimiento demográfico que podría suponer superar los 5,5 millones de habitantes hacia finales de este año. Gracias, entre otras cosas a las conurbaciones de Valencia, Elche y Alicante, además de la costa en la que se sitúan localidades como Denia, Torrevieja o Gandía. El porcentaje de población extranjera superó el millón de personas, como el 19,6 % del total de residentes en la región. Alicante es el territorio con mayor proporción de extranjeros, hoy fijado en el 20 %, compuesto principalmente por personas de Reino Unido, Marruecos y Colombia. Mientras que, a efectos de superficie, la Comunidad Valenciana es la octava con sus 23.255 km², que suponen el 4,6 % de la extensión total del país, con una alta densidad de población de 234 hab/km² que sitúa el territorio solo por detrás de la Comunidad de Madrid, Cataluña e Islas Baleares. Murcia, por su parte, es comunidad autónoma uniprovincial con una superficie de 11.314 km², que la convierten en la undécima región por tamaño en España, con una población de 1.581.797 personas a razón de una densidad de 140 hab/km², notablemente superior a la media nacional y en virtud de un crecimiento anual del 1,04 %. Donde su población urbana se distribuye entre los 470.000 habitantes de Murcia capital, los 215.000 de Cartagena y los 100.000 de Lorca. Siendo esta región tierra de acogida para 257.000 personas de origen extranjero, es decir, el 16,3 % de su población, fundamentalmente formada por jóvenes, familias trabajadoras y personas jubiladas de otros países europeos.



Allí donde hacen falta

En detalle, la red estatal de oficinas se mantiene en 22.222 farmacias, con capacidad cada una para atender como media a una población de 2.161 personas, con un promedio de 2,5 farmacéuticos por establecimiento. Unos datos que, a nivel de la Comunidad Valenciana, se concretan en 2.350 farmacias que atienden a 2.217 personas por establecimiento como media a una tasa de profesionales por oficina de 2,4. Con una distribución provincial que

cifra en 808 las farmacias de Alicante para 2.414 personas y 2,1 profesionales por oficina. Junto a las 300 de Castellón, que atienden 2.013 ciudadanos por parte de una media de 1,8 farmacéuticos por establecimiento. En contraste con las 1.242 farmacias de la provincia de Valencia, sus 2.139 ciudadanos por oficina y sus 2,7 farmacéuticos al frente de cada una. En paralelo a la Región de Murcia, que cuenta con 581 farmacias para prestar servicio a 2.672 ciudadanos gracias al trabajo de 2,4 profesionales por cada uno de sus establecimientos. Unos números que expresan como la Comunidad Valenciana tiene el 10,57 % de toda la red nacional de farmacias, frente al 2,61 % de la Región de Murcia.

También resulta del mayor interés precisar cuántas farmacias de la competencia existen en el área de cada farmacia, después de confirmar que son seis la que componen la media nacional. Un número que se replica para la Comunidad Valenciana, aunque oscile entre las cinco de Alicante y Castellón y las siete en la provincia de Valencia. A la vez que se reducen en un establecimiento en la Región de Murcia, por quedarse como Alicante y Castellón en cinco.

Cuidando por fuera y por dentro: dermo y nutrición

Este año las principales especializaciones declaradas en las farmacias comunitarias, como son el cuidado de la piel, dermo, y la nutrición, aumentaron su porcentaje de establecimientos hasta un idéntico 17 %, que vino de un 12 y un 14 % previo, respectivamente. Para revalidar que las farmacias van cada día mucho más allá de la mera dispensación y el imprescindible consejo profesional cuando se trata de preservar y mimar la salud de los ciudadanos.

En el caso de la nutrición, se prodigan en las oficinas servicios que forman parte de la atención farmacéutica con un enfoque asistencial avanzado. Aunque no se trata de una especialidad reconocida con carácter oficial, a través del sistema formativo de Farmacéuticos Internos Residentes (FIR), el buen hacer sostenido en el tiempo consiguen que la dietética con formación y determinados desempeños ya sean un elemento imprescindible para el bienestar y consuelo digestivo de millones de ciudadanos. Algo que acredita el asesoramiento nutricional básico que orienta al usuario hacia una dieta equilibrada, con adecuado control de peso y apoyo en casos de diabetes o colesterolemia. Además de prestar atención a pacientes mayores, con polifarmacia o en casos de desnutrición, a la vez que se prescriben suplementos nutricionales como son las vitaminas, los minerales, los probióticos y el resto de complementos alimenticios. Pero también cuando el consejo nutricional es esencial para la mujer durante el embarazo y la lactancia, o para los pequeños durante la infancia. Una colaboración que también se desarrolla junto a los nutricionistas, los dietistas y, por supuesto, también los médicos, especialmente cuando hay que derivar patología digestiva mayor.

En nutrición, el 17 % de las farmacias totales que se dedican a ello en el país desciende al 11 % en la Región de Murcia, y no tanto en la Comunidad Valenciana (14 %), aunque en esta segunda región se desglosa en un 14 % para Alicante, un 17 % para Castellón y un 14 % para la provincia de Valencia.

En cuanto a la dermofarmacia, tampoco es una especialidad reconocida oficialmente, pero sí se trata de un área profesional de innegable aceptación, además de una categoría estratégica para un número creciente de farmacias. Dado que prestan servicios de asesoría dermocosmética personalizada, emplean dermoanalizadores como equipos de diagnóstico de piel y disponen de zonas de dermoexperiencia en el punto de venta, como pueden ser los espejos inteligentes. Así como tienen capacidad igualmente para la formulación magistral dermatológica aquellas oficinas con laboratorio a su servicio. Con el farmacéutico siempre atento a la prevención, el consejo y la atención relacionada con la piel y el cuidado dermatológico, en áreas como la cosmética, la higiene y la fotoprotección, ya sea para patología leve de la piel o cuando el órgano ya recibe un tratamiento médico. Razones por las que la dermo es actividad de interés creciente en el conjunto de servicios que se prestan dentro de las farmacias comunitarias y también hacia fuera.

En porcentaje, el 17 % alcanzado este año en dermo se reduce al 14 % en la Región de Murcia, con un punto menos para la Comunidad Valenciana (13 %), territorio que se reparte entre el 13 % de la provincia de Valencia, el 14 % de la de Alicante y solo el 10 % de la de Castellón.

Infraestructuras sanitarias de proximidad y no tanto

Además de conocer a fondo la red de farmacias valencianas y murcianas, Shoppertec propone también revisar periódicamente el resto de dotaciones sanitarias. Partiendo de los datos nacionales, que se mantienen en 921 hospitales públicos y privados, 3.135 centros de salud urbanos y comarcales y 5.567 residencias. Aunque, en el caso de los centros de salud, conviven con 10.003 consultorios locales en las zonas rurales y periféricas del país y 2.000 puntos de urgencias extrahospitalarias, en datos del Ministerio de Sanidad hasta el año 2023.

Para el caso de las Comunidad Valenciana, los hospitales abiertos son 68, que se reparten entre los 34 de Valencia, los 26 de Alicante y los ocho de Castellón. Sus 285 centros de salud se dividen entonces entre los 140 de la región valenciana, los 96 de Alicante y los 49 de Castellón. Mientras que, en número de residencias, dicha Comunidad Valenciana dispone de 325, como suma de las 187 de la provincia de Valencia, las 98 de Alicante y las 40 de Castellón. En comparación con la Región de Murcia, que dispone de 27 hospitales, 85 centros de salud y 62 residencias, como escasa dotación especialmente en esta tercera tipología de establecimientos, rasgo común sin embargo al conjunto del país.

En lo tocante a la inversión y gasto destinados a la salud, ya sea en forma de gasto sanitario o farmacéutico, los números se elevan por encima de los valores medios del país. Frente al 2,66 % de incremento en el gasto sanitario en España, se dio un 3,4 % para la Comunidad Valenciana y un 4,4 % para la Región de Murcia. De forma que los 1.815 euros per cápita para cada residente en el país se quedó en 1.678 euros para cada valenciano y 1.960 euros para cada murciano. Mientras que, en cifras inferiores porque el gasto farmacéutico es parte del sanitario, la subida nacional fue del 4,38 %, en comparación con el 3,4 % de la región de Valencia y el 4,4 % de la de Murcia. Para mostrar cápitas, respectivamente, de 264,65, 283,24 y 299,95 euros.

A cada generación, su consumo

Aceptado como convención internacional que se da una generación cada 25 años en la población, Shoppertec distingue entre cinco grupos poblacionales por edad para que los titulares de las farmacias puedan conocer la demografía de sus usuarios. Al tomar como punto de partida los 1.583 ciudadanos como población media atendida en el área de influencia de cada farmacia de España. El primer grupo es el que corresponde a los 377 componentes de la generación Z o *zoomers*, que no superan los 20 años de vida, yendo de los bebés a los adultos jóvenes. A los

que siguen 405 *millenials*, que se sitúan entre los 21 y los 40. Por delante, por tanto, de los 278 miembros de la generación X, cuyas edades van de los 45 a los 51 años. Después se numeran los 373 *babyboomers*, o *boomers,* que desde el siglo XX representan el colectivo poblacional más numeroso con el tope de los 71 años. Para cerrar el círculo de la vida con los discretos y a veces sufridos ciudadanos de la generación silenciosa, contabilizados en 150 personas por área de influencia de cada oficina y que van de los 72 años al máximo que da su longevidad.

En el caso de la Comunidad Valenciana, tan densamente poblada, cada farmacia atiende a una población media en su área de influencia de 1.716 personas de todas las edades, aunque afortunadamente para su futuro demográfico sus 415 *zoomers* todavía multiplican los 157 miembros de su generación silenciosa, apuntando a un suficiente relevo generacional en el que crecen todos sus tramos generacionales y todavía hay más miembros de la generación Z que *babyboomers*, caso poco frecuente en el país. Mientras que, provincia a provincia, el mayor rejuvenecimiento se aprecia en Alicante y la provincia de Valencia, compatible no obstante con un mayor número de mayores en ambos territorios, aunque, como se ha dicho, de forma moderada.

En paralelo, y para la Región de Murcia, la población media correspondiente a cada área de influencia de cada farmacia se eleva a las 1.999 personas, adoleciendo quizás de necesitar probablemente alguna oficina más. Siendo un espacio geográfico, en cualquier caso, en el que también el vigor de los *zoomers* (552) destaca frente a los miembros de su generación silenciosa (150).

Cápitas para la salud

El INI informa, además, de que actualmente el poblamiento en España se acota en 19.523 824 hogares, después de que se incrementaran en 26.698 al terminar el último recuento ya en 2025, con el resultado de haber constatado un crecimiento del 0,89 %. Se trata de hogares cuya capacidad de gasto se ha mantenido en los 16.647 euros para los gastos cotidianos, entre los que también se incluye el consumo de medicamentos y otros productos para la salud. Domicilios en los que habita una media de 2,52 residentes, aunque persiste un 29 % de ellos en los que solo vive un individuo y, por tanto, se habla de hogares unipersonales.

En ninguno de los territorios comparados aquí se supera esa media nacional dado que, por ejemplo, en la Comunidad Valenciana la capacidad de gasto por hogar se restringe a los 15.087 euros, aunque es cierto que alcanza los 16.423 euros en la provincia de Valencia, siendo el territorio con menor renta disponible Alicante, con 13.057 euros por domicilio. Al tiempo que, en la Región de Murcia, tal capacidad de gasto cae a los 14.700 euros.

En los otros parámetros, el número de residentes por hogar en la Comunidad Valenciana es de 2,49 personas, con un 29 % de domicilios en los que unicamente vive un ciudadano o ciudadana. En paralelo a la Región de Murcia, en la que habitan 2,8 individuos por cada vivienda, con bajada al 24 % en el caso de los hogares unipersonales.

Digitalización en marcha

Tal como arrancaba este repaso a la situación de las farmacias del país, y de los dos territorios aquí comparados en particular, la digitalización ya es el elemento más claro de futuro para todas ellas, a pesar de que solo una parte pone esta idea en movimiento. Pero para animar a ello a todos los titulares, Shoppertec analiza su evolución en este terreno a la luz de la multicanalidad. En esa dirección, la consultora colaboradora exprime los datos emanados desde *Google My Business* de cara a escudriñar y compartir la evolución de las ventas a distancia de productos para la salud sin necesidad de prescripción médica y que realizan las 747 farmacias actualmente autorizadas por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS). Unas oficinas del total de 22.222 que, en el conjunto estatal, suman un 38 % de establecimientos con portal web propio y un 29 % de ellas con vida activa en redes sociales.

VALENCIA DOBLA A MURCIA EN SUPERFICIE
Y QUINTUPLICA SU POBLACIÓN

Para el caso de la Comunidad Valenciana, la región ya cuenta con 140 farmacias habilitadas para la referida venta online, con un incremento de 14 respecto a las 126 contabilizadas en el periodo anterior. Mientras que este territorio y sus tres provincias elevan la media nacional de oficinas con web al 49 %, coincidentes o no con el 43 % que dispone de página web a disposición de los ciudadanos. Es el territorio de Valencia, donde está residenciada la capital autonómica, el que atesora más farmacias (67) con capacidad para vender a distancia, seguidas de cerca por las 65 de Alicante. Provincia esta última que también va por delante en tecnificación con su 53 % de farmacias con web y 49 % de establecimientos muy dinámicas en redes.

La Región de Murcia, a su vez, apenas cuenta con 24 farmacias para la venta online, aunque sí es comunidad autónoma que supera las medias del conjunto del país al tener un 51 % de oficinas con web y estar presentes el 40 % en redes sociales.

Más demanda en autocuidado

Finalmente, este análisis de las farmacias valencianas y murcianas no estaría completo sin incluir datos de su mercado de *Consumer Health*. Un capítulo accesible a los titulares de farmacia a través del Índice de Actividad de Marca (IAM), que actualiza sistemáticamente Shoppertec como conjunto de parámetros que resultan de auditar las 153 marcas de autocuidado que más se venden a través de las farmacias comunitarias y que proveen los 96 laboratorios que constituyen el espacio de autocuidado en el país. Para formar una escala de 0 a 100 que hace posible estratificar las farmacias del país como suma de las de sus regiones y provincias en cinco rangos que van del tipo A, que tiene en sus anaqueles y robots todas las 153 marcas, frente a las farmacias del tipo E, que no tienen ninguno de estos productos. Quedando los tipos B, C y D en posiciones de mayor a menor, según el volumen de marcas de autocuidado que dispensan.

Desde este esquema tan sencillo como útil y preciso, Alicante ofrece un mayor liderazgo dentro de la tipología A, aunque este porcentaje baje al 20 % en el conjunto del territorio autonómico valenciano y se aprecie la paradoja de que Castellón, como provincia más reducida en superficie y población, supere en dos puntos a la provincia de Valencia, con un 19 frente a un 17 % de farmacias A. Aunque, por el contrario, es en tierras castellonenses donde

EN 2025 CONVIVEN EN LAS FARMACIAS UNA MAYOR FACTURACIÓN CON UNA MENOR RENTABILIDAD

se mantiene alto el número de farmacias tipo E que no venden ninguna marca de CH.
De igual modo, y en su espacio geográfico, la Región de Murcia es territorio en el que las farmacias tipo A ya han dado un *sorpasso* a las de tipología E, con unos porcentajes respectivos del 18 y el 13 %.

Entre ríos y regadíos

A la vista de la descripción compartida arriba, la Comunidad Valenciana se confirma como región más extensa por su costa más prolongada y mayor diversidad geográfica en sentido norte-sur que la Región de Murcia, a la vez que esta presenta un paisaje más deficitario en ríos, pero que en virtud del ingenio de su población ha sabido aprovechar también sus inferiores recursos hídricos. Constando la costa valenciana de 518 km de longitud bastante urbanizados frente a los 274 km de la *Costa Cálida* murciana, que excede esta región por el norte y por el sur. En una contigüidad que va de las llanuras y sierras litorales que vienen del interior montañoso del Sistema Ibérico y Prebético en la Comunidad Valenciana, al predominio meridional de las sierras béticas y el resto de zonas semiáridas de Murcia. Con dominancia de un clima mediterráneo clásico más húmedo en el norte de la Comunidad Valenciana que transita a una climatología mediterránea semiárida, más seco y caluroso en la Región de Murcia. Como demuestra una mayor irrigación en la región septentrional gracias al Júcar y el Turia, además del Segura que comparten las provincias de Jaén, Albacete, también Murcia y Alicante. En una comparativa en la que la Comunidad Valenciana se confirma como más extensa, con mayor litoral y con mayor diversidad geográfica norte-sur, frente a una Región de Murcia de tiempo más riguroso y que, sin embargo, no ha impedido que se dotase de una agricultura intensiva muy desarrollada mediante regadíos, trasvases y pozos. Aunque en toda la costa de las dos regiones perseveran problemas clásicos como el exceso de urbanización, los incendios y las aguas de arrollada de tan desgraciado recuerdo reciente para la provincia de Valencia.
Se trata de territorios, en definitiva, que como se recuerdan Shoppertec y esta cabecera, cuentan con farmacias siempre atentas y dispuestas a competir con la parafarmacia mediante marcas exclusivas, mayor carga de consejo profesional y también a través del establecimiento de las alianzas estratégicas necesarias. Además de desarrollar en todo su potencial las categorías al ritmo que incorporan la última tecnología, que también debería incluir las nuevas posibilidades que representa la IA. Con el problema aún sin embargo no resuelto, de que todavía solo el 25 % de las farmacias venden actualmente online, siendo especialmente productos de cosmética, alimentación infantil y nutrición dietética. Realidad que ya se conoce y asume en territorios tan importantes como la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia. ✚

¿HONGOS EN LAS UÑAS?

DESHÁGASE DE ELLOS

FÓRMULA 3 en 1

Lápiz Pincel

UREA
Disuelve la capa de queratina para favorecer la penetración del agente antifúngico.

ÁCIDO LÁCTICO
Propiedades exfoliantes e hidratantes.

ISK1320
Combinación de ingredientes activos conocidos como "Fungus Killer".

Apósito

Tratamiento continuo

8h

UREA
Disuelve la capa de queratina para favorecer la penetración del agente antifúngico.

1,3 BUTILENGLICOL
Antibacteriano y antifúngico

ÁCIDO FUMÁRICO
Propiedades exfoliantes e hidratantes.

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

ShopperTec Insights & Solutions

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	1.583	377	405	278	373	150
C. VALENCIANA	1.716 ↑	415 ↑	433 ↑	304 ↑	407 ↑	157 ↑
ALICANTE	1.753 ↑	429 ↑	444 ↑	307 ↑	417 ↑	155 ↑
CASTELLÓN	1.515 ↓	368 ↓	371 ↓	271 ↓	360 ↓	144 ↓
VALENCIA	1.741 ↑	417 ↑	441 ↑	310 ↑	412 ↑	161 ↑
C. MURCIA	1.999 ↑	552 ↑	530 ↑	346 ↑	421 ↑	150 ↑

PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA

	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
NACIONAL	16.647 €	2,52	29%
C. VALENCIANA	15.087 € ↓	2,49 ↓	29% ↑
ALICANTE	13.057 € ↓	2,52 ↓	29% ↑
CASTELLÓN	15.044 € ↓	2,34 ↓	31% ↑
VALENCIA	16.423 € ↓	2,51 ↓	29% ↓
C. MURCIA	14.700 € ↓	2,80 ↑	24% ↓

COMPETIDORES EN EL ÁREA

	Nº FARMACIAS COMPETIDORAS
NACIONAL	+++++++++ 6
C. VALENCIANA	+++++++++ 6
ALICANTE	++++++++ 5
CASTELLÓN	+++++++ 5
VALENCIA	++++++++++ 7
C. MURCIA	+++++++ 5

EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

ShopperTec Insights & Solutions

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

	A	B	C	D	E
C. VALENCIANA	20%	23%	21%	20%	16%
ALICANTE	25%	25%	18%	17%	14%
CASTELLÓN	19%	17%	21%	15%	28%
VALENCIA	17%	22%	22%	24%	15%
C. MURCIA	18%	26%	25%	19%	13%

Información poblacional: INE, Cifras oficiales de población del Padrón Municipal 1 de enero 2024

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 2023

IAM (Índice de Actividad de Marca), medida elaborada por Shoppertec en base a más de 222 marcas auditadas de más de 100 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

ShopperTec Insights & Solutions

WEB, RRSS Y VENTA ONLINE*

	%FARMACIAS CON RRSS	%FARMACIAS CON WEB	VENTA ONLINE OTC (Nº Farmacias)
NACIONAL	29%	38%	747
C. VALENCIANA	43%	49%	140
ALICANTE	49%	53%	65
CASTELLÓN	38%	44%	8
VALENCIA	41%	46%	67
C. MURCIA	40%	51%	24

ESPECIALIZACIÓN DECLARADA*

	DERMO	NUTRICIÓN
NACIONAL	17%	17%
C. VALENCIANA	13%	14%
ALICANTE	14%	14%
CASTELLÓN	10%	17%
VALENCIA	13%	14%
C. MURCIA	14%	11%

ENTORNO Y GASTO SANITARIO

ShopperTec Insights & Solutions

ENTORNO SANITARIO*

	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS
NACIONAL	921	3.135	5.567
C. VALENCIANA	68	285	325
ALICANTE	26	96	98
CASTELLÓN	8	49	40
VALENCIA	34	140	187
C. MURCIA	27	85	62

GASTO SANITARIO 2023*

	% Var. 2023/2022	GSP pc (€) 2023
NACIONAL	2,66%	1.815,00 €
C. VALENCIANA	3,40%	1.678,00 €
	C. VALENCIANA	C. VALENCIANA
C. MURCIA	4,40%	1.960,00 €
	C. MURCIA	C. MURCIA

ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO

ShopperTec Insights & Solutions

LA FARMACIA*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA
NACIONAL	22.222	2.161	2,5
C. VALENCIANA	2.350	2.217	2,4
ALICANTE	808	2.414	2,1
CASTELLÓN	300	2.013	1,8
VALENCIA	1.242	2.139	2,7
C. MURCIA	581	2.672	2,4

GASTO FARMACÉUTICO 2023*

	% Var. 2023/2022	GFP pc (€) 2023
NACIONAL	4,38%	264,65 €
C. VALENCIANA	3,40%	283,24 €
	C. VALENCIANA	C. VALENCIANA
C. MURCIA	4,40%	299,95 €
	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 farmacéutcio: AEMPS, Ministerio de Sanidad (Estadísticas de Gasto Sanitario Público, datos de facturación de recetas y centros de atención primaria) y CGCOF 2023.