

La farmacia, un establecimiento cercano



HAY UN RASGO CARACTERÍSTICO EN TODAS LAS FARMACIAS DE NUESTRO PAÍS; LA CERCANÍA CON EL PACIENTE. SI HAY ALGUNAS COMUNIDADES EN LAS QUE SE HACE ESPECIALMENTE PALPABLE ES EN LAS FARMACIAS DE GALICIA, ASTURIAS Y CANTABRIA.

Según demuestra el informe FarmaShopper realizado por la compañía ShopperTec, la farmacia es un establecimiento de proximidad al comprador.

Esta afirmación es especialmente relevante en las provincias situadas en la Cornisa Cantábrica (concretamente a Galicia, Asturias y Cantabria de las que nos ocuparemos en las siguientes líneas) donde cuentan con los índices más elevados de pluviosidad y donde hay zonas rurales de difícil acceso. Es decir, en estas condiciones el comprador preferirá realizar sus gastos en la farmacia más cercana posible. De ahí, que resulte vital para el farmacéutico conocer cuál es el perfil de la población que rodea su establecimiento y las categorías de productos que pueden tener mayor demanda en su zona.

Tanto Galicia como Asturias y Cantabria tienen una densidad de población ligeramente por encima de la media de España; Galicia tiene algo más de 94 habitantes por km cuadrado y Asturias y Cantabria superan los 100 (102 en Asturias y 111 en Cantabria). La media nacional es 93 habitantes por km cuadrado. Sin embargo, tal y como hemos comentado en la introducción, la severidad del clima y la orografía determinan que la población esté desigualmente repartida en el territorio. Así, en estas regiones, la población se concentra en las ciudades y pueblos costeros y se encuentra muy dispersa y repartida entre los pueblos y aldeas del interior, siendo algunas de estas localizaciones de difícil acceso. En cuanto a la capacidad de pago de los habitantes de estas Comunidades Autónomas, si nos atenemos al dato de PIB per cápita como indicador del mismo y de acuerdo a los datos de Contabilidad Regional de España correspondientes al año 2014, en todas ellas es ligeramente inferior a la media del territorio español (Cantabria 20.855€ per cápita, Asturias 20.334€ y Galicia con 19.954€ per cápita frente a Total España que llegó a los 22.780€). Por lo tanto cuentan con una menor renta disponible para realizar sus gastos, entre ellos los productos de categorías de venta libre vendidos en las farmacias. Al no repartirse uniformemente esta capacidad de pago entre los habitantes es esencial detectar cuáles son las zonas prioritarias para los fabricantes y distribuidores de las categorías de productos de venta libre.

Otra de las características de estas regiones es que están localizadas en la "periferia" de la península y, por lo tanto, su alejamiento, su difícil acceso y su climatología motivan que no se encuentren entre los destinos turísticos preferidos de la península. De hecho, según cifras estimadas por el INE para el 2014, entre los tres destinos apenas alcanzaron el 2,5% de los turistas que visitaron España. Es decir, de los

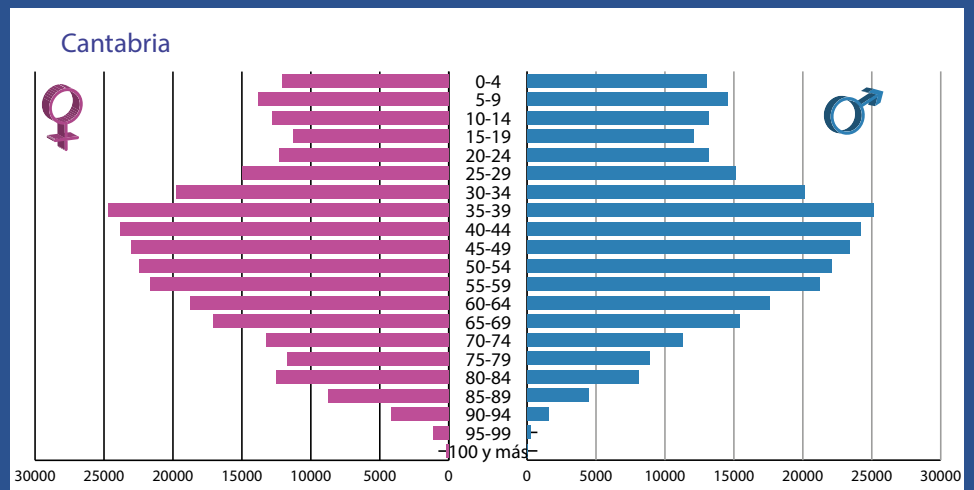
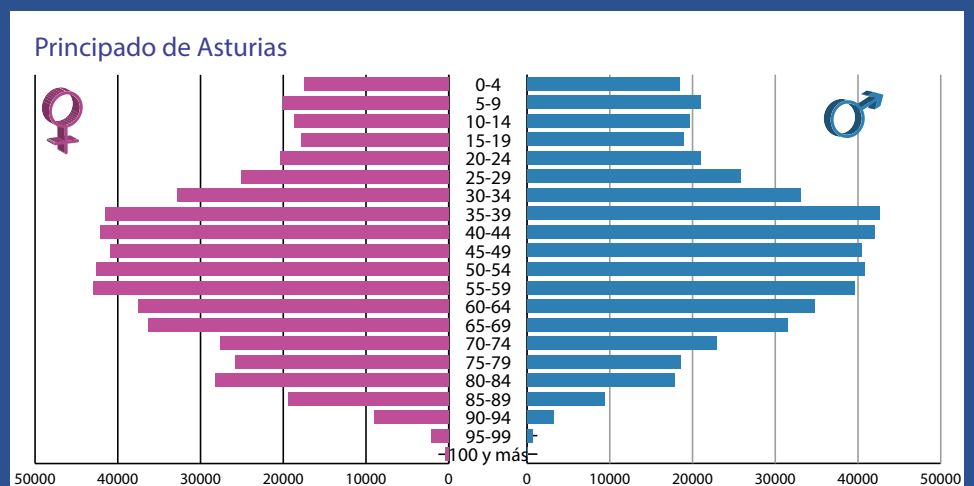
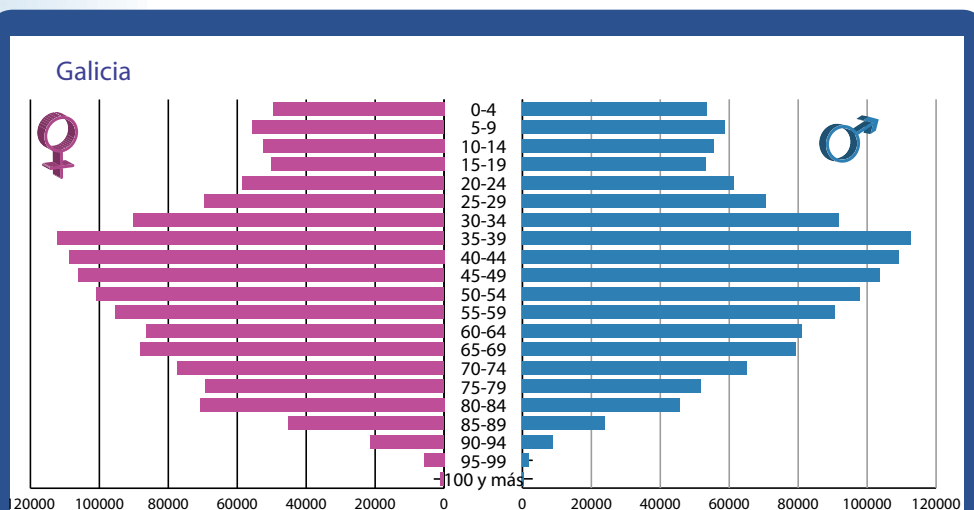
casi 65 millones de turistas que visitaron España en ese año, algo más de 1,6 millones fueron a alguno de estos destinos, cifras que quedan muy lejos de otras regiones españolas.

También es importante analizar el número de centros comerciales como focos de atracción comercial dentro de cada uno de estos territorios. Así, según GeoShopper (ver nota final) el número de centros comerciales en Asturias es de 18, en Galicia de 42 y en Cantabria de 6. Es decir, cuentan con el 9,5% de los centros comerciales de España principalmente localizados en las zonas más densamente pobladas.

En definitiva, la dura climatología y la complicada orografía que dificultan las comunicaciones y los movimientos de personas, y el alejamiento geográfico de las rutas turísticas determinan que las farmacias que prestan servicio en estos territorios presenten unas características peculiares y orienten sus actividades hacia la población que les rodea.

Perfil sociodemográfico

En cuanto al perfil sociodemográfico de la población residente en estos territorios, los indicadores demográficos de Galicia, Asturias



y Cantabria muestran una estructura más pesimista que la media nacional. A pesar de la preocupante situación actual de los ratios poblacionales en España, todas las comunidades aquí analizadas cuentan con una situación peor que la media nacional en cuanto a niveles de dependencia, envejecimiento, tasa de maternidad y tasas de tendencia y de reemplazo. En general, tienen una mayor tasa de dependencia (especialmente en Galicia donde superan en 6 puntos porcentuales la media nacional), una mayor tasa de envejecimiento y sobreenvejecimiento superando al ya alto nivel de la media nacional, una desfavorable tasa de maternidad y una tasa de reemplazo muy lejana a la media nacional.

En resumen, los farmacéuticos de estas regiones se encuentran con una población mayor y con altos niveles de dependencia. Aunque se producirán importantes variaciones de zona a zona, en términos generales, las farmacias deberán orientar su oferta hacia estos segmentos poblacionales y reforzar los servicios de atención farmacéutica a estos perfiles de usuarios tales como complementos alimenticios, ortopedia, realización de analíticas rápidas, toma de tensión, el Servicio de Dosificación Personalizada (SPD)...

Antes de abordar las características y peculiaridades de las farmacias de estas zonas, comentaremos brevemente cuál es la situación del gasto sanitario público y el gasto farmacéutico público que influyen directamente en la parte de productos reembolsables. Como primer dato, que incluye el gasto farmacéutico público, comentaremos las cifras del Gasto Sanitario Público per cápita (GSPpc). El GSPpc de todas estas zonas es ligeramente mayor que la media nacional tal y como reflejan las estadísticas de gasto sanitario realizado por entidades públicas que elabora el Ministerio de Sanidad a través de las Estadísticas de Gasto Sanitario Público (EGSP) cuyo dato más actualizado corresponde al año 2013. Sin duda,



TABLA GENERAL DE ASTURIAS, CANTABRIA, GALICIA

	Población	Oficinas de Farmacia	Oficinas de Farmacia en Capital	Oficinas de Farmacia en Provincias	Colegiados	Habitantes por farmacia	Gasto medio por provincias y comunidades	Venta media por farmacia
Asturias (Principado de)	1.050.917	456	90	366	1.362	2.305	325.597.224	714.029
Cantabria	584.940	254	90	164	696	2.303	181.227.290	713.493
Galicia	2.731.406	1.345	282	1.063	4.803	2.031	846.249.715	629.182
Coruña (A)	1.126.897	549	133	416	2.042	2.053	349.137.501	635.952
Lugo	339.189	183	48	135	573	1.853	105.088.220	574.253
Ourense	318.235	185	60	125	561	1.720	98.596.209	532.952
Pontevedra	947.085	428	41	387	1.627	2.213	293.427.785	685.579

	Evolución del paro. Datos tercer trimestre 2015 (miles)	EPA 2Tr/15 Tasa del paro	IPC Tasa variación interanual Spetiembre 2015	IPRI Tasa variación interanual Noviembre 2015	PIB interanual 2/ Tr 2015	Número de fincas hipotecadas . Octubre 2015	Capital Prestado (miles de euros)	Variación interanual
España	4.850,80	21,18%	-0,9%	-2,6%	3,4%	19.195	2.144.289	18,7%
Galicia	222,8	17,66%		-3,5%		745	69.130	1,7%
Asturias	79,5	16,79%		-3,0%		297	25.656	-15,8%
Cantabria	45,1	28,56%		-1,10%		225	22.794	24,20%

que proveer la atención primaria necesaria en las zonas más aisladas y de difícil acceso aumenta los costes sanitarios y eso que en el caso de Asturias y Cantabria se han producido ajustes en la cuantía del gasto sanitario como consecuencia de la crisis presupuestaria y la pérdida de población. Así Galicia tuvo un Gasto Sanitario Público per cápita de 1.295€ per cápita mientras que Asturias alcanzó los 1.432€ y Cantabria llegó a 1.361€. La media nacional estuvo en los 1.213€.

Centrando la atención en una de las subpartidas que componen el Gasto Sanitario Público, concretamente en el gasto farmacéutico público per cápita (en nuestro caso tomamos el gasto farmacéutico per cápita a través de oficinas de farmacia), este es superior a la media nacional en todos los territorios analizados. Esto significa que el desembolso per cápita que realizan las Administraciones Públicas en medicamentos es algo superior a la media nacional ya sea por un mayor número de recetas en pacientes más polimedificados que en el resto de España o por un precio medio de los medicamentos ligeramente más elevados que en el resto por la menor penetración de genéricos.

La penetración de los genéricos

Y el hecho es que en estas regiones la participación de los genéricos está por debajo de su participación a nivel nacional. Por ejemplo, en 2013 y en unidades, Asturias es la segunda comunidad autónoma que tiene menor presencia genérica, Galicia es la sexta y Cantabria la novena.

Encuesta de Presupuestos Familiares (2014)

Gasto medio por persona en Medicamentos y otros prod. fcos., aparatos y material terapéutico	Gasto medio persona €	% var 2014/2013
Galicia	165,04	1,4
Asturias	138,61	-8,0
Cantabria	155,09	28,5
Total Nacional	159,23	1,1

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares (INE)

Gasto farmacéutico público (2014)

	2014 €mill	%var. 2014/13	GFPpc €	PMe €
Galicia	681,42	-1,6	249	11,36
Asturias	252,88	2,6	241	11,42
Cantabria	123,58	3,1	211	11,64
Total Nacional	9.362,63	2,0	201	10,78

Fuente: Datos de facturación de recetas (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad)

Así la penetración de los genéricos en Asturias se sitúa en un 35,67%, en Galicia en un 39,20% y en Cantabria en un 41,55%, siempre ligeramente por debajo de la media nacional que es de 46,52%. En valores, los genéricos en Asturias, Cantabria y Galicia supusieron un 15,37%, un 17,47%

Recetas por provincias SNS	0-4	15-19	20 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 79	Mayores 80
196.338.544	35969	116027	158185	249611	238359	162599	90167
109.281.958	25132	77692	95471	144231	123804	77545	41065
510.297.461	103170	325908	441776	652620	552091	430835	225006
210.533.578	43904	134633	180990	274174	229971	177018	86207
63.369.300	10865	33789	52746	73677	71113	58473	38526
59.454.549	9737	32326	47453	67266	64870	59798	36785
176.940.034	38664	125160	160587	237503	186137	135546	63488

Población a 1/01/15, total	Población a 1/01/15, hombres	Población a 1/01/15, mujeres	Edad media de la población Enero 2015	Población extranjera a 1/01/15	Población extranjera a 1/01/15, hombres	Población extranjera a 1/01/15, mujeres	Esperanza de vida al nacimiento (2014), en años	Esperanza de vida después de los 65 años (2014) en años, hombres	Esperanza de vida después de los 65 años (2014), en años mujeres
46.600.949	22.880.878	23.720.071	42,4	4.718.864	2.405.598	2.313.266	82,98	19,2	23,4
2.722.013	1.306.743	1.415.270	46,2	90.354	45.106	45.248	82,91	19,17	23,25
997.131	478.690	518.441	47,2	41.264	19.559	21.705	82,1	18,37	22,78
535.669	259.522	276.147	44,4	31.605	15.585	16.020	82,79	18,67	23,03

y un 18,29% respectivamente del importe total en medicamentos durante el año 2013 manteniéndose también por debajo de la media nacional de genéricos de España. La media nacional de los genéricos en valores fue de 21,03% en valores.

En cuanto a las farmacias VEC, o en situación de Viabilidad Económica Comprometida, a las que se les aplica un Índice Corrector de Márgenes, en Asturias no hay registrada ninguna, en Galicia apenas supera el 1% del total de las farmacias y en Cantabria el 2% del total. Esto ofrece una idea de la relativamente buena salud financiera de la mayoría de las farmacias de estos territorios. No se han observado movimientos de farmacias significativos en ninguna de estas CCAA en lo relativo a aperturas y cierres. Tanto en Asturias como en Cantabria no se ha producido ningún movimiento y en Galicia se han producido dos aperturas y dos cierres con lo cual no ha habido ningún movimiento neto.

Ya hemos visto cómo el mercado de los productos sujetos a prescripción todavía no ha recuperado los niveles del año 2008 pero queda por analizar qué ha pasado con el consumo privado de medicamentos y productos farmacéuticos, es decir con los productos que no se financian. Según la Encuesta de Presupuesto Familiares que publica el INE, el gasto medio por persona en *Medicamentos y otros Productos Farmacéuticos, en Aparatos y Material*

Los Puntos Sigre cada vez más extendidos

Gracias a la red de oficinas de farmacia, el ciudadano tiene a su disposición un Punto Sigre cercano donde deshacerse de los envases y residuos de medicamentos de manera cómoda y segura. De las tres comunidades analizadas en este artículo, Galicia es la que acumula un mayor número de puntos de recogida. En total hay 1337 puntos de recogida Sigre, es decir el 99% de las farmacias de Galicia posee un punto de Sigre en el que depositar los envases y residuos de medicamentos. A Coruña es región en la que hay más puntos con 542, le sigue Pontevedra con 428, Ourense con 184 y con sólo un punto de recogida menos encontramos a Lugo.

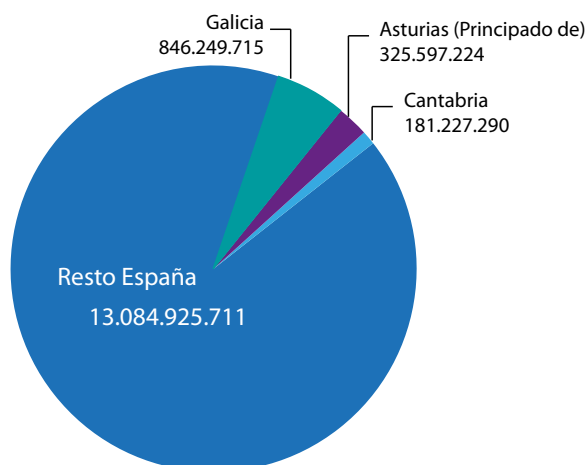
En Cantabria nos encontramos con una situación parecida a la de Galicia, el 99% de las farmacias ya posee un punto Sigre. Por su parte, los asturianos cuentan con 460 puntos de recogida para depositar sus envases en todas las farmacias de la región.



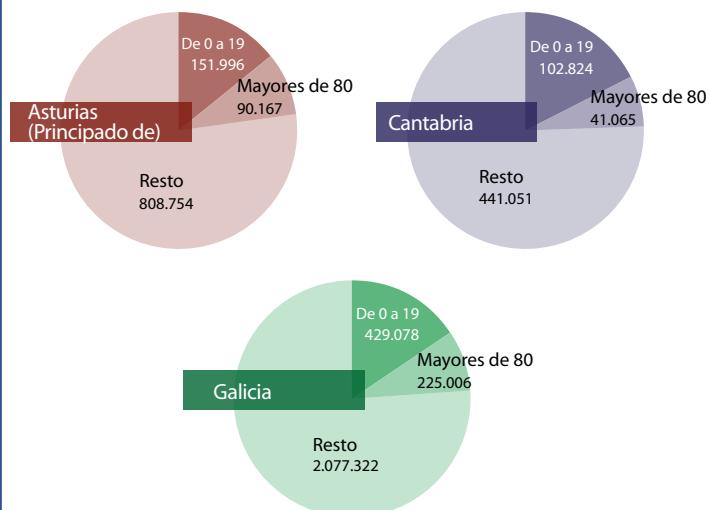
SIGRE.

	Nº Puntos Sigre 2012
Asturias (Principado de)	460
Cantabria	253
Galicia	1.337
Coruña (A)	542
Lugo	183
Ourense	184
Pontevedra	428
TOTALES	21.084

GASTO FARMACÉUTICO POR COMUNIDADES



POBLACIÓN POR FRANJA DE EDAD



Terapéutico es inferior en Asturias y Cantabria, y algo superior en Galicia comparado con el gasto medio por persona que se registra en todo el territorio nacional.

Las farmacias de Galicia, Asturias y Cantabria

Ya hemos comentado anteriormente que las farmacias de Galicia, Asturias y Cantabria se encuentran en zonas de menos tránsito de personas que en otras regiones. Por ello, es clave que el farmacéutico conozca cuál es la población y el perfil demográfico de su entorno y, de este modo, pueda adaptar su oferta a las categorías de productos con mayor demanda potencial. Actualmente en España hay alrededor de 22.000 farmacias, una de cada 10 farmacias se encuentra en algunas de las Comunidades Autónomas que nos ocupan. Dentro de su área de influencia, cada farmacia cuenta con una densidad de población determinada, con una pirámide poblacional muy distinta según

la zona, con unos gustos definidos muy diferentes y que son más afines a unas categorías de productos que a otras, con una población con una renta disponible muy dispar de una zona a otra, con una localización precisa que cuenta con mayor o menor tráfico de paso y mayor o menor cercanía a zonas comerciales.

Cada farmacéutico ha de conocer todas estas informaciones para ofrecer los servicios especializados adecuados y adaptados a su entorno. Se trata de que cada farmacia analice sus fortalezas y debilidades y reoriente su negocio hacia donde haya mayores oportunidades. Para ello hay herramientas en el mercado como por ejemplo GeoShopper que es un servicio que ofrece la consultora ShopperTec.

En general y de media, Galicia tiene una asignación de habitantes ligeramente inferior a la media nacional (2.044 habitantes por oficina de farmacia frente a 2.140 en el territorio nacional). Sin embargo, Asturias y Cantabria tienen mayor población asignada que la media de

una farmacia en España. De hecho, a Asturias le corresponden de media 2.328 habitantes por farmacia y a Cantabria 2.318. Las diferencias se agudizan si descendemos geográficamente a provincias y municipios dentro de estas zonas. Así, en la mayor parte de las capitales de provincia la asignación de habitantes por oficina de farmacia es menor debido al alto nivel de competencia de otras farmacias en estos municipios que acumulan una mayor concentración de personas.

Como consecuencia de todos los factores comentados hasta ahora, la venta media anual de las farmacias de Asturias y Cantabria es muy similar entre ellas y claramente superior a la media nacional, con unas cuantías de 714.019€ y 713.493€ frente a los 629.303€ de la media nacional. Sin embargo, en las farmacias de Galicia, la venta media anual es muy similar a la media nacional, concretamente, 629.182€.

En cuanto a los farmacéuticos por farmacia, excepto en Cantabria, la cifra de farmacéuticos por

Indicadores Demográficos (2015)	Galicia	Asturias	Cantabria	Total España
Tasa de dependencia	56,09	53,88	51,19	50,23
Tasa de envejecimiento	24,01	24,05	20,28	18,40
Tasa de sobre-envejecimiento	16,53	17,47	17,29	15,20
Tasa de maternidad	17,32	16,29	19,34	20,38
Tasa de tendencia	90,24	87,81	88,65	89,50
Tasa de reemplazo	73,55	59,57	70,11	92,05

Fuente: INE

Definiciones:

Tasa de dependencia: $\text{pobl. } < 15 \text{ años} + \text{pobl. } > 65 \text{ años} \text{ dividido entre pobl. } 15-64$

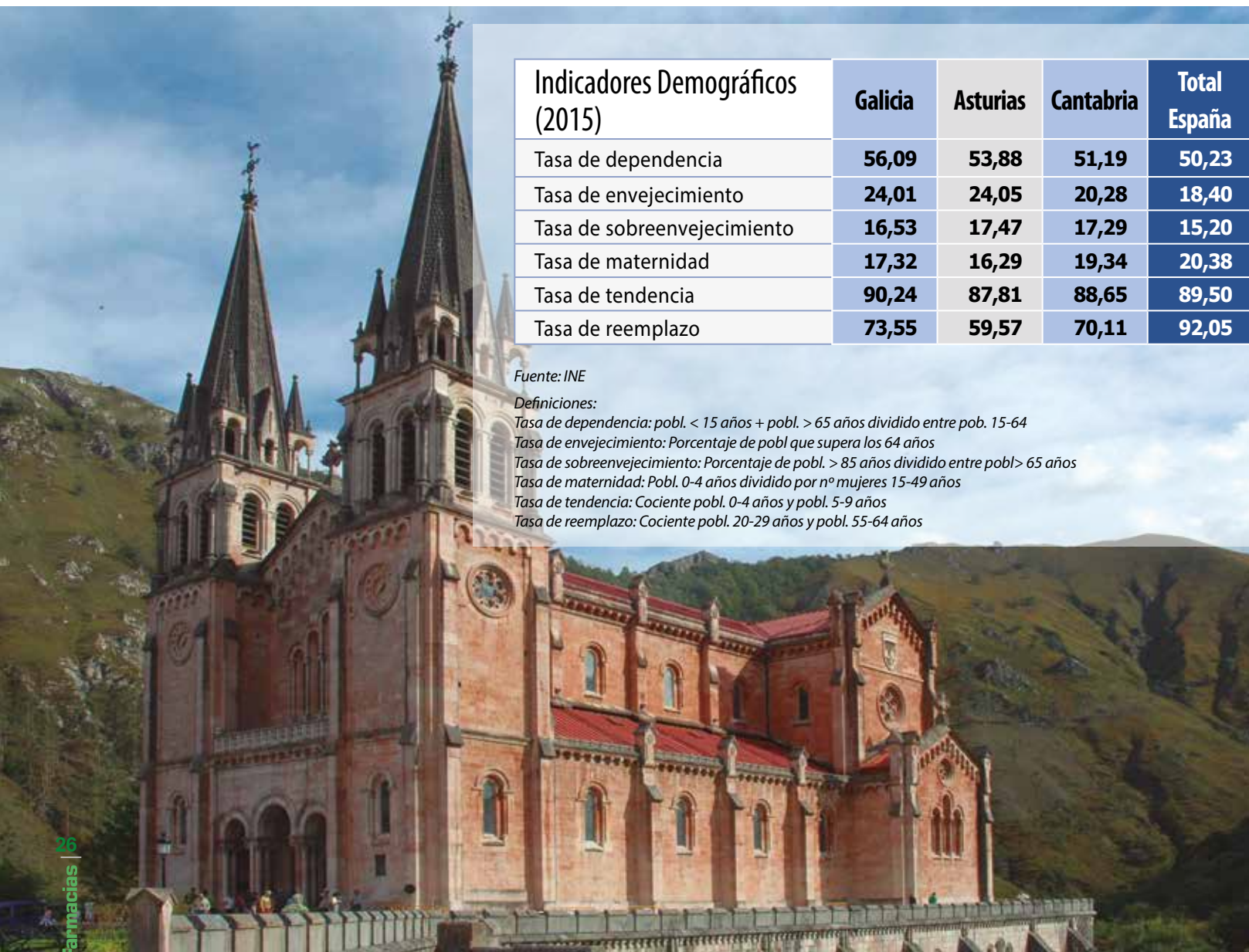
Tasa de envejecimiento: $\text{Porcentaje de pobl. que supera los 64 años}$

Tasa de sobre-envejecimiento: $\text{Porcentaje de pobl. } > 85 \text{ años dividido entre pobl. } > 65 \text{ años}$

Tasa de maternidad: $\text{Pobl. } 0-4 \text{ años dividido por n}^\circ \text{ mujeres } 15-49 \text{ años}$

Tasa de tendencia: $\text{Cociente pobl. } 0-4 \text{ años y pobl. } 5-9 \text{ años}$

Tasa de reemplazo: $\text{Cociente pobl. } 20-29 \text{ años y pobl. } 55-64 \text{ años}$



oficina de farmacia tanto en Galicia como en Asturias están por encima de las cifras nacionales (la media nacional es de 2,2). Así, en Galicia son 2,5 y en Asturias 2,3. Sin embargo, en Cantabria el número es de 2,1. Destaca Pontevedra donde llegan a alcanzar 2,7 farmacéuticos por farmacia.

Analizar las características del entorno

En anteriores artículos nos hemos referido a la necesidad de desarrollar las categorías de venta libre ante los actuales y futuros recortes del gasto farmacéutico en medicamentos de prescripción. Esta situación no es ajena a Galicia, Asturias y Cantabria. Pero no sólo ha de verse como una necesidad, también es la oportunidad de desarrollar el negocio de venta libre apoyándose en variables como la densidad de población, el movimiento de turistas, el poder adquisitivo de sus habitantes...

En primer lugar, se trata de alcanzar un conocimiento lo más detallado posible de la población que les rodea, cuál es el perfil sociodemográfico que vive alrededor, conocer cuáles son sus gustos y necesidades y ofrecer estos productos y servicios a un precio competitivo. El farmacéutico necesita conocer qué tipo de compradores/clientes tiene, qué categorías de productos compran o consumen, cómo compran, cuándo y por qué, quiénes pueden convertirse en potenciales usuarios y, de esta forma, comunicar los mensajes adecuados, en el momento apropiado y al comprador adecuado. En resumen, hay que conocer muy bien al comprador. Por ejemplo y aunque las variaciones entre diferentes zonas pueden ser muy destacadas, hay ciertas categorías que deben tener un mayor protagonismo en las farmacias de Galicia, Asturias y Cantabria. Nos re-

Qué es GeoShopper de ShopperTec

GeoShopper de ShopperTec, es probablemente la base de farmacias más completa para estimar el potencial de las farmacias e identificar aquellas de mayor potencial para cada categoría. Se combina un profundo conocimiento del cliente de la farmacia "el comprador" con más de 18.500 encuestas realizadas a la salida de la farmacia en los últimos 3 años, herramientas de Micromarketing que añaden información sociodemográfica y de entorno competitivo de las farmacias y de otros canales al nivel más desagregado posible, además de indicadores basados en variables observables.

GeoShopper es una herramienta imprescindible para dimensionar el potencial de cada farmacia, ayudar a las farmacias a verificar su entorno competitivo y las características de su clientela y a los laboratorios a segmentar las farmacias, dimensionar su red, u optimizar la cobertura actual visitando las farmacias de mayor potencial. ShopperTec es una consultora especialista en shoppermarketing y distribución que ayuda a sus clientes optimizar la llegada al punto de venta en la Farmacia

FARMACIAS EN GALICIA, ASTURIAS Y CANTABRIA

	Oficinas de farmacia	Población por farmacia	Fcos por farmacia	Centros de AP*	Pobl.	IAM** medio
Galicia	1.345	2.044	2,5	472	2.731.406	6
Capital	282	1.891		31		7
Resto	0	2.084		441		5
La Coruña	549	2.063	2,7	166	1.126.897	6
Capital	133	1.841		14		7
Resto	416	2.134		152		6
Lugo	183	1.873	2,3	85	339.189	6
Capital	48	2.053		7		9
Resto	135	1.809		78		5
Orense	185	1.742	2,1	108	318.235	4
Capital	60	1.782		5		8
Resto	125	1.723		103		3
Pontevedra	428	2.222	2,6	113	947.085	5
Capital	41	2.023		5		6
Resto	387	2.243		108		5
Asturias	456	2.328	2,3	219	1.050.917	6
Capital	90	2.486		19		7
Resto	366	2.290		200		6
Cantabria	254	2.318	2,1	166	584.940	7
Capital	90	1.953		13		8
Resto	164	2.518		153		6
Total España	21.854	2.140	2,2	13.287	46.600.949	7

* Centros de Atención Primaria incluye Centros de Salud y Consultorios Locales

** El IAM (Índice de Actividad de Marcas) : índice elaborado en función de 75 marcas analizadas. GeoFarmacias de ShopperTec

Fuente: Consejo Colegios Farmacéuticos, INE, Ministerio de Sanidad y ShopperTec

ferimos a los productos dirigidos a las personas mayores (mercado senior) y todas las categorías más directamente relacionadas con este colectivo complementos alimenticios, ortopedia, analíticas, tomas de tensión...

Servicios adecuados para su zona

Una vez conocido el perfil de la población, el farmacéutico debe interesarse por cuáles son los servicios esenciales necesarios en su entorno, desarrollar estos y promocionarlos.

Por último, hay farmacéuticos que por su perfil o localización pueden estar más interesados que otros en establecer relaciones de colaboración con fabricantes y en apoyarse en ellos para desarrollar su negocio. Es de mucha utilidad conocer cuál es la actitud de los farmacéuticos.

Toda esta información está disponible en GeoShopper de la compañía ShopperTec donde se ofrece información a medida del perfil sociodemográfico alrededor de la farmacia, del perfil de las farmacias más próximas y del tamaño de las mismas y del perfil socioeconómico de la población en su área de influencia. Este servicio está

especialmente enfocado para aquellos fabricantes y distribuidores que necesiten conocer cuáles son las farmacias más adecuadas para exponer y vender sus productos.

Un punto esencial de la farmacia como centro de atención sanitaria, bienestar y calidad de vida, es la comunicación sobre los productos y servicios que ofrecen a los posibles compradores y qué canales utiliza para comunicar esta información. Esta información también está disponible a través de GeoShopper. Se define como la *Especialización Declarada* y consiste en saber qué canales de comunicación utiliza el farmacéutico y en qué categorías de productos y servicios de venta libre ofrece una recomendación farmacéutica más completa y especializada.

Especialización Declarada de las farmacias de Galicia, Asturias y Cantabria

Cada vez es mayor el número de farmacias que diseñan un logo, lo incorporan a su establecimiento y lo publican en las redes sociales y es que no debemos olvidar que cada vez más al farmacéutico le interesa que los compradores identifiquen la farmacia como marca. Esto implica que identifiquen "la marca" con un determinado catálogo de productos y servicios. Se trata de saber cómo quieren las farmacias presentarse ante los potenciales compradores y, en consecuencia, qué quieren comunicar cuando se anuncian y qué canales utilizará para llegar a ellos.

Así, según GeoShopper, la herramienta de geomarketing de Shoppertec, del total de las 1.345 farmacias de Galicia hay 268 con página web, 144 anuncian que realizan fórmulas magistrales, 183 se declaran especializadas en Dermo de las que 19 ofrecen asesoramiento dermatológico y/o análisis de piel, 121 se declaran especializadas en Nutrición/Dietética de las que 62 ofrecen asesoramiento o servicio de dietista. Además hay 128 que anuncian servicio de Ortopedia, 118 que se declaran especializadas en Homeopatía y 58 en Fitoterapia y Plantas Naturales. Hay 17 farmacias en Galicia que tienen tienda online. De todas formas, todavía se está reorganizando este canal ya que según el registro de la Venta Legal de Medicamentos sin receta por internet que publica la Agencia Española del Medicamento, tan sólo hay 5 farmacias registradas en este portal en Galicia.

Para las 456 farmacias de Asturias, 91 cuentan con página web, 53 anuncian que realizan fórmulas magistrales, 65 se declaran especializadas en Dermo de las que 7 tienen servicio de asesoramiento dermatológico, 59 en Nutrición/Dietética de las que 17 ofrecen asesoramiento dietético o servicio de dietista. Además hay 38 farmacias que ofrecen servicio de Ortopedia, 44 que se declaran especializadas en Homeopatía y 19 en Fitoterapia y Plantas Naturales. En Asturias se localizan 12 farmacias con tiendas online aunque ninguna aparece registrada de momento en el listado de la Agencia Española de Medicamentos.

En cuanto a Cantabria, para las 254 farmacias de esta comunidad, 45 cuentan con página web, 25 anuncian que realizan fórmulas magistrales, 34 se declaran especializadas en Dermo, 20 en Nutrición/Dietética de las que 16 ofrecen asesoramiento dietético o servicio de dietista. Además hay 22 farmacias que ofrecen servicio de Ortopedia, 27 que se declaran especializadas en Homeopatía y 11 en Fitoterapia y Plantas Naturales. En Cantabria hay tres farmacias registradas en el listado de Ventas a distancia al público a través de sitios web de medicamentos de uso humano no sujeto a prescripción médica.

Actitud del farmacéutico y su relación con proveedores/fabricantes

También, a través de GeoShopper, es posible conocer cuál es la actitud del farmacéutico ante los fabricantes y distribuidores y determinar el grado de colaboración de la oficina de farmacia con ellos mediante el indicador IAM (Indicador de Actividad de Marca), índice elaborado por ShopperTec para su herramienta GeoShopper, que indica la presencia que tienen las marcas en las farmacias, proporcionando una información valiosa sobre su relación con laboratorios fabricantes y distribuidores. Actualmente hay información disponible de 85 marcas que corresponden a 65 fabricantes distintos.

Como ya hemos apuntado en anteriores artículos, en términos generales el IAM es un índice que refleja la relación entre fabricantes y farmacéuticos. Además ofrece una buena aproximación al perfil del farmacéutico en cuanto a su proactividad en la gestión comercial de su establecimiento y al índice de potencial de la farmacia. Por lo tanto, a mayor índice mayor potencial y mayor similitud del perfil farmacéutico a la figura de empresario/gestor. La presencia de cualquier marca de fabricante en la farmacia puede resultar beneficiosa tanto para los fabricantes como para los farmacéuticos. Así, al fabricante le ayuda a construir una sólida

proposición de valor a través de los servicios que ofrece la farmacia a la comunidad y, además al farmacéutico le permite promocionar la "marca" de su farmacia. Las farmacias cada vez colaboran más con los fabricantes para que les ayuden a desarrollar y reforzar aquellos atributos o servicios que el cliente busca en el establecimiento y le permitan diferenciarse del resto.

LA CLIMATOLOGÍA, LA OROGRAFÍA Y EL ALEJAMIENTO GEOGRÁFICO DE ESTAS ZONAS DETERMINAN EL MODELO DE ATENCIÓN FARMACÉUTICA EN GALICIA, ASTURIAS Y CANTABRIA

De esta forma, el fabricante se convierte en el socio en la comunicación entre la farmacia y el comprador. Los laboratorios pueden ayudar a identificar a la farmacia los productos más adecuados a la clientela que les rodea. Como hemos comentado, esta renovada colaboración puede observarse muy bien a través del IAM (Indicador de Actividad de Marca) de la base GeoShopper, índice de potencial de las farmacias que elabora ShopperTec y que indica el nivel de presencia que tienen las marcas en las farmacias, proporcionando una información valiosa sobre el surtido y sobre el tamaño de la farmacia. Éste indicador varía de 0 a 100. Alcanzaría un valor de 100 si todas las marcas analizadas (85 farmacias en nuestro caso) estuvieran presentes en una farmacia y 0 si no hubiera ninguna marca presente (la media del IAM a nivel nacional es 7).

Tanto el IAM (Indicador de Actividad de Marcas) para las farmacias de Galicia como el IAM de Asturias están ligeramente por debajo del IAM Nacional (ambos con 6 frente a 7 que es la media nacional). Es decir, las farmacias son algo más pequeñas en ambas regiones en comparación con la media nacional y, también se podría decir que los fabricantes y distribuidores promocionan con menos intensidad en estas regiones que en otras zonas. Esto puede estar relacionado con la lejanía de estos territorios y por su difícil acceso. Además, hay una clara diferencia entre las farmacias situadas en la capital y las farmacias situadas en el resto de la Comunidad Autónoma. Las capitales de provincia presentan mayores índices que el resto del territorio, siendo más agudo este contraste en Lugo y en Orense. También destaca el caso de las farmacias de Gijón que presentan un IAM de 8 que está por encima de la media.

En el caso de Cantabria, el tamaño de la farmacia está en la línea de la media nacional, siendo también muy superior en la capital que el resto del territorio (8 frente a 6).

