

Es importante desarrollar aquellas categorías que más se ajusten al perfil de la población del entorno de la farmacia

Cuentan casi con un tercio de los municipios españoles y fundamentalmente está compuesto por poblaciones rurales de menos de 1.000 habitantes. De hecho, el 19% de la población de Castilla y León reside en municipios de menos de 1.000 habitantes; en La Rioja este porcentaje se sitúa en más de un 9% de la población total mientras que en todo el territorio nacional apenas supera el 3%. Aunque la superficie de las dos suma casi el 20% de la superficie total de España, la suma de sus poblaciones apenas supera el 6% del total.

Partiendo que España cuenta con 93 habitantes por km cuadrado, se trata de dos comunidades con una densidad de población muy por debajo de la media española. Así, Castilla y León tiene 27 personas por Km cuadrado, destacando la baja densidad de Soria y Zamora con 9 y 18 habitantes por km cuadrado respectivamente, y La Rioja que contabiliza 64 habitantes por Km cuadrado.

Esta particularidad determina el modelo de atención farmacéutica dentro de estos territorios y define las características de las farmacias que prestan servicio en estas regiones.

EL MODELO DE FARMACIA DE CASTILLA Y LEÓN Y LA RIOJA VIENE DETERMINADO POR LA AMPLITUD DE TERRITORIO, LA DISPERSIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL ALTO GRADO DE ENVEJECIMIENTO DE LA MISMA.



Perfil sociodemográfico

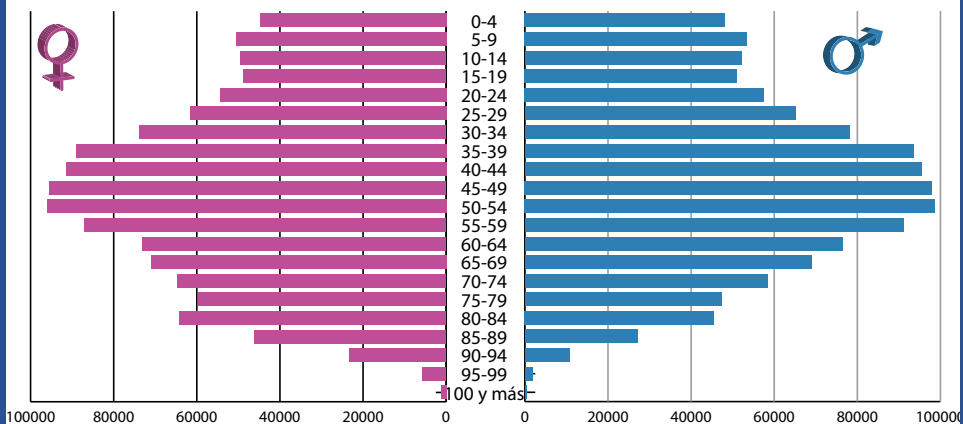
Respecto al perfil sociodemográfico de la población residente en estos territorios, los indicadores demográficos de Castilla y León y La Rioja indican que la estructura de la población es muy diferente a la media nacional. Ambas comunidades autónomas muestran una situación preocupante por los altos niveles de dependencia, por un mayor envejecimiento, por una menor tasa de maternidad y una tasa de tendencia y de reemplazo muy inferior a la media nacional.

En definitiva, las farmacias de ambas zonas se enfrentan al reto de ofrecer servicio a una población muy desperdigada y envejecida, con lo que es fundamental adaptar la oferta de la oficina de farmacia a la población que le rodea. Es precisamente por el mayor envejecimiento de la población y por la mayor prevalencia de enfermedades crónicas a esas edades, además de por la infraestructura necesaria para completar una asistencia sanitaria adecuada, por lo que el Gasto Sanitario per cápita es superior al de la media nacional tal y como reflejan las estadísticas de gasto sanitario realizado por entidades públicas que elabora el Ministerio de Sanidad

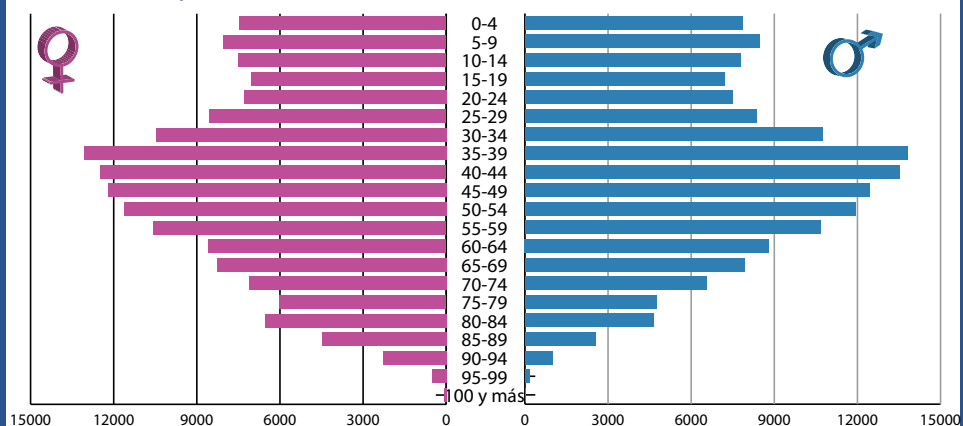
a través de las Estadísticas de Gasto Sanitario Público (EGSP) cuyo dato más actualizado corresponde al año 2013; así Castilla y León tuvo un Gasto Sanitario Público per cápita de 1.359€ per cápita mientras que La Rioja alcanzó 1.301€ (la media nacional es de 1.213€ per cápita).

En cuanto al gasto farmacéutico, tanto Castilla y León como La Rioja se mueven en torno a los valores nacionales en relación con el gasto farmacéutico público per cápita y en relación con la evolución del mismo en el año 2014. En efecto, mientras el gasto farmacéutico per cápita a nivel nacional se sitúa en 202€, en Castilla y León alcanza los 218€ y en La Rioja 208€, siendo sus crecimientos en relación con el año anterior muy similares a los obtenidos por el resto de las CCAA en su conjunto (2,0% para el total nacional, 2,7% para Castilla y León y 2,6% para La Rioja). Es decir, las cifras se alinean bastante al conjunto de España. El mayor incremento de la facturación de recetas en valores ha ido acompañada de un aumento en su volumen, así en todo el territorio el incremento de recetas fue del 1,1% respecto al año anterior, siendo ligeramente mayor en las comunidades autónomas analizadas, 1,7% en Castilla y León y un 1,8% en

Castilla y León

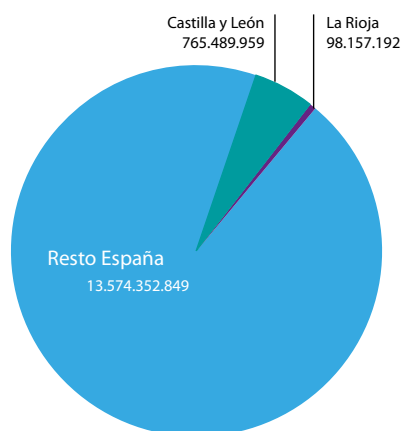


La Rioja

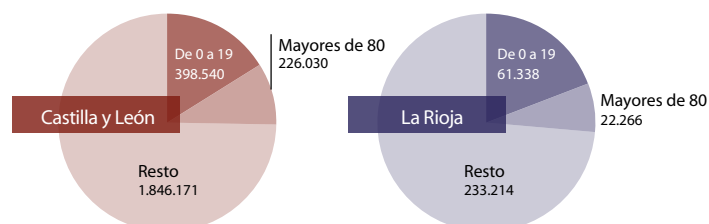


Fuente: Instituto Nacional de Estadística

GASTO FARMACÉUTICO POR COMUNIDADES



POBLACIÓN POR FRANJA DE EDAD



EL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y LA BAJA DENSIDAD DE LA POBLACIÓN DETERMINAN EL MODELO DE ATENCIÓN FARMACÉUTICA EN CASTILLA LEÓN Y LA RIOJA

La Rioja. Al igual que pasa en el resto de las comunidades autónomas, después de varios años de descensos se percibe un cambio de tendencia a partir del 2014.

Castilla y León es la comunidad autónoma que registra mayor número de farmacias VEC, o en situación de Viabilidad Económica Comprometida, a las que se les aplica un Índice Corrector de Márgenes. En total las farmacias en situación difícil en esta comunidad representaban el 17,2% de todas las

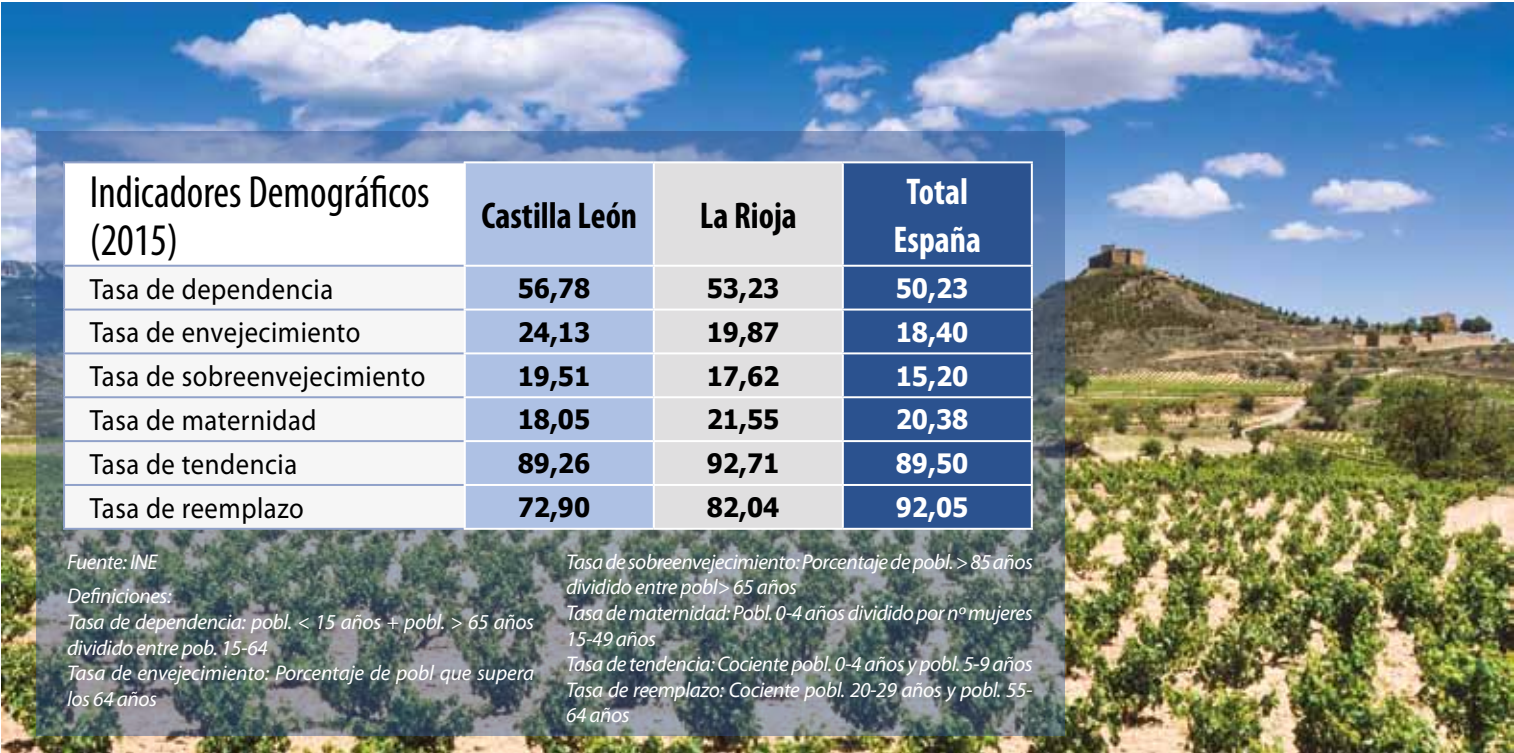
farmacias VEC. Destacan las provincias de Soria y Zamora como los lugares donde hay más farmacias afectadas. De hecho, en Soria está afectada una de cada tres farmacias. En cuanto a La Rioja, no aparece reflejada en el Informe del Consejo General de Colegios Farmacéuticos pero parece que están aumentando las solicitudes en esta comunidad. La mayoría de las farmacias VEC se encuentran fuera de las capitales de provincia.

Gasto farmacéutico público

La menor rentabilidad de las farmacias de Castilla y León y de La Rioja, como consecuencia de la menor aportación de los productos de prescripción, se ha visto parcialmente compensada, con un aumento del gasto de las familias en productos de venta libre, tal y como puede observarse en la Encuesta de Presupuesto Familiares que publica el INE. Así, el aumento de los gastos en *Medicamentos y otros Productos Farmacéuticos*, en *Aparatos y Material Terapéutico* en el año 2014, tanto en Castilla y León como en La Rioja, han aumentado significativamente respecto al año anterior: 11,0%

TABLA GENERAL DE LA CASTILLA Y LEÓN Y LA RIOJA

	Población	Oficinas de Farmacia	% farmacias en Capital	Oficinas de Farmacia en Capital	% farmacias en Provincias	Oficinas de Farmacia en Provincias	Colegiados	Habitantes por farmacia	gasto medio por provincias y comunidades
Castilla y León	2.470.741	1.631	33,2	542	66,8	1.089	3.902	1.515	765.489.959
Ávila	164.760	133	18,0	24	82,0	109	275	1.239	51.046.275
Burgos	363.885	202	40,1	81	59,9	121	531	1.801	112.739.585
León	478.974	324	26,2	85	73,8	239	721	1.478	148.396.691
Palencia	166.001	97	40,2	39	69,8	58	216	1.711	51.430.765
Salamanca	339.167	257	33,5	86	66,5	171	690	1.320	105.081.404
Segovia	157.312	99	22,2	22	77,8	77	261	1.589	48.738.721
Soria	90.985	67	20,9	14	79,1	53	160	1.358	28.189.156
Valladolid	526.223	286	56,3	161	43,7	125	741	1.840	163.035.471
Zamora	183.434	166	18,1	30	81,9	136	307	1.105	56.831.892
Rioja (La)	316.818	156	35,9	56	64,1	100	441	2.031	98.157.192



en Castilla y León y 12,6% en La Rioja (la media nacional ha crecido un 1,1%). Es de destacar que en ambas comunidades se está ultimando la implantación de la receta electrónica con el consiguiente esfuerzo por parte de la oficina de farmacia para colaborar con las autoridades sanitarias con el fin de adaptar la atención farmacéutica a la nueva situación. Dentro de la continua colaboración destaca el establecimiento de farmacias centinelas para notificar acontecimientos adversos de los medicamentos y los desabastecimientos. Final-

mente también hay que señalar las estrategias de atención al paciente crónico que se realizan a través de la promoción del autocuidado entre los pacientes y cuidadores. En cuanto a la participación de los genéricos, el comportamiento en ambos territorios es muy distinto; mientras en Castilla y León más de la mitad de los envases de medicamentos dispensados correspondían a medicamentos genéricos (concretamente el 54,36%), en La Rioja suponían algo más de un tercio del total de los envases (el 36,82%). La media nacional fue

del 46,52%. En valores, los genéricos en Castilla y León y en La Rioja supusieron un 25,92% y un 15,48% respectivamente del importe total en medicamentos durante el año 2013. La media nacional de los genéricos en valores fue de 21,03% en valores. En definitiva, las farmacias de Castilla y León y de La Rioja se encuentran ante un escenario donde los productos de prescripción tienden a bajar en importancia, tanto por la competencia de los genéricos como por la intención de las autoridades sanitarias de ampliar la lista de me-

Venta media por farmacia	nº medio recetas/habitante	Recetas por provincias SNS	0-4	5 al 19	20 a 34	35 a 49	50 a 64	65 a 79	mayores de 80
469.338	18,6	461.598.480	92.891	305.649	151.922	562.935	522.366	370.124	226.030
383.807	18,6	30.781.440	5.696	21.411	9.420	36.076	34.203	25.062	16.405
558.117	18,6	67.983.153	15.333	47.348	22.561	85.028	76.742	50.734	30.608
458.014	18,6	89.484.762	15.826	53.668	29.896	106.353	104.057	74.434	49.036
530.214	18,6	31.013.291	5.879	19.487	10.146	36.238	38.089	24.215	15.625
408.877	18,6	63.365.190	12.048	41.574	20.513	74.681	70.558	53.274	33.183
492.310	18,6	29.389.960	6.440	21.894	9.748	36.541	31.647	20.802	13.851
420.734	18,6	16.998.357	3.385	11.738	5.254	20.028	18.540	13.219	9.834
570.054	18,6	98.312.100	22.974	69.429	33.957	130.373	109.264	75.948	35.368
342.361	18,6	34.270.227	5.310	19.100	10.427	37.617	39.266	32.436	22.120
629.213	18,6	59.189.817	15.323	46.015	21.204	77.512	62.151	40.671	22.266

FARMACIAS EN CASTILLA LEÓN Y LA RIOJA

	Oficinas de farmacia	Población por farmacia	Fcos por farmacia	Centros de AP*	Pobl.	IAM** Total 84 marcas
Castilla Y León	1.631	1.530	1,7	3.978	2.470.741	5
Capital	542	1.953		100		9
Resto	1.089	1.319		3.878		3
Ávila	133	1.256	1,4	356	164.760	4
Capital	24	2.456		12		11
Resto	109	992		344		2
Burgos	202	1.816	1,8	687	363.885	6
Capital	81	2.195		18		8
Resto	121	1.563		669		4
León	324	1.496	1,5	784	478.974	5
Capital	85	1.524		10		8
Resto	239	1.486		774		4
Palencia	97	1.728	1,6	321	166.001	6
Capital	39	2.056		6		9
Resto	58	1.507		315		5
Salamanca	257	1.333	1,8	447	339.167	4
Capital	86	1.721		13		8
Resto	171	1.137		434		2
Segovia	99	1.609	1,7	316	157.312	5
Capital	22	2.421		9		11
Resto	77	1.377		307		4
Soria	67	1.376	1,5	361	90.985	4
Capital	14	2.823		5		12
Resto	53	994		356		2
Valladolid	286	1.850	2,0	267	526.223	7
Capital	161	1.906		20		9
Resto	125	1.779		247		4
Zamora	166	1.117	1,5	439	183.434	4
Capital	30	2.147		7		11
Resto	136	890		432		2
La Rioja	156	2.045	1,9	195	316.818	7
Capital	56	2.714		12		10
Resto	100	1.670		183		5
Total España	21.854	2.132	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 84 marcas analizadas. GeoShopper de ShopperTec

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

dicamentos excluidos de reembolso, y donde la venta libre parece tener un mayor protagonismo en la facturación final de las farmacias. En este aspecto, es clave que el farmacéutico conozca las características demográficas de su entorno y pueda adaptar su oferta a la demanda potencial que le rodea.

Características de las farmacias de Castilla y León y La Rioja

La baja densidad de población y la amplitud de su territorio determinan las características de las farmacias de Castilla y León. La necesidad de ofrecer una atención farmacéutica adecuada en toda la zona provoca que las farmacias de Castilla y León tengan una asignación de habitantes muy inferior a la media nacional (1.530 habitantes frente a 2.140 en el territorio nacional). Esta diferencia se agudiza si tomamos los datos por provincias. Así Ávila tiene una media de 1.256 habitantes por oficina de farmacia y Zamora tiene 1.117. No es de extrañar entonces el elevado número de farmacias en Viabilidad Económica Comprometida (VEC). Este hecho aún es más dramático en las farmacias situadas fuera de la capital ya que estas farmacias rurales no llegan a dar servicio ni a 1.000 personas.

La Comunidad de La Rioja tienen una densidad de población por oficina de farmacia ligeramente inferior que la media nacional llegando a 2.045 habitantes, repitiéndose el contraste mencionado anteriormente entre las farmacias de la capital de provincia y el resto.

Tal y como hemos comentado anteriormente, el descenso de la facturación de los productos éticos o de prescripción en la oficina de farmacia junto con la escasa población que vive alrededor de muchas de estas farmacias, ha creado verdaderos problemas de rentabilidad para muchas de ellas y ha puesto sobre la mesa los conceptos de Índices Correctores de los Márgenes y VEC

TABLA GENERAL DE LA CASTILLA Y LEÓN Y LA RIOJA

	Evolución del paro. Datos segundo trimestre 2015 (miles)	EPA 2Tr/15 Tasa del paro	IPC Tasa variación interanual Junio 2015	IPRI Tasa variación interanual Mayo 2015	PIB interanual 1/Tr 2015	Número de fincas hipotecadas. Abril 2015	Capital Prestado (miles de euros)	Variación interanual
España	5.149,00	22,37%	0,4%	-1,4%	99,2%	18.857	1.898.580	22,2%
Castilla León	213,1	18,49%	-0,2%	-1,1%	n.d	752	59.336	10,7%
La Rioja	25,6	16,39%	0,2%	-0,7%	n.d	120	10.148	-14,9%

(Viabilidad Económica Comprometida). Como ya apuntamos anteriormente, una pequeña parte de la solución pasa por incrementar el porcentaje de ventas de los productos de venta libre o sin receta y adaptar la oferta de productos y servicios a las personas que viven alrededor de la farmacia. Concretamente, es necesario adaptar el surtido y desarrollar las categorías clave para la población pensionista ya que suelen demandar productos y servicios de categorías muy específicas y dado que este es el perfil más numeroso en estas comunidades que cuentan con una población muy envejecida.

Como consecuencia de lo mencionado anteriormente, la venta media de las farmacias de Castilla y León está por debajo de la media nacional: 469.338€, siendo muy inferior en Ávila y en Zamora con 383.807€ y 342.361€ respectivamente. En La Rioja la venta media de las farmacias fue muy similar a la de todo el territorio. Concretamente en La Rioja la venta media por oficina de farmacia es de 629.213€ mientras que la media nacional es 629.303€.

En cuanto a los farmacéuticos por farmacia, y en coherencia con todo lo dicho anteriormente, hay un menor número de farmacéuticos por oficina de farmacia que la media nacional con 1,7 en Castilla y León y 1,9 en La Rioja frente a los 2,2 de la media nacional. Todas las provincias cuentan con menor personal por farmacia que la media nacional.

Encuesta de Presupuestos Familiares (2014)

Gasto medio por persona en Medicamentos y otros prod. fcos., aparatos y material terapéutico	Gasto medio persona €	% var 2013/2012
Castilla y León	152,72	11,0
La Rioja	135,00	12,6
Total Nacional	159,23	1,1

Fuente: Encuesta de Presupuestos Familiares (INE)

Desarrollar las categorías de productos de venta libre y adaptarlas a la población del entorno

Ya hemos comentado que las farmacias en Castilla y León ofrecen servicio a 1.530 habitantes de media, bastante menos de los 2.140 habitantes de media en toda España. De estos, el 23,7% son mayores de 65 años, es decir, casi uno de cada cuatro habitantes tienen unas necesidades particulares distintas de otros colectivos. En un entorno en el que baja el gasto destinado a los medicamentos de prescripción y en el que muchos de este tipo de productos están siendo excluidos de reembolso, a los farmacéuticos no les quedan más remedio que desarrollar el mercado de los productos de venta libre dirigidos a los mayores e intentar incentivar el aumento del gasto medio de estos compradores hacia los productos que han sido excluidos de la financiación pública.

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.

Además el farmacéutico debe interesarse por cuáles son los servicios esenciales necesarios en su entorno y fomentar la cooperación con los centros de atención primaria de su zona. Por último, es fundamental saber cuál puede ser la colaboración con los fabricantes más beneficiosa para la comunidad.

Gran parte de esta información está disponible en GeoShopper de la compañía ShopperTec donde se ofrece información a medida de perfil sociodemográfico, perfil de las farmacias más próximas y su nivel de colaboración con los laboratorios.

Un punto esencial es la comunicación del farmacéutico con los posibles compradores. En

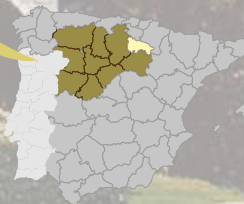
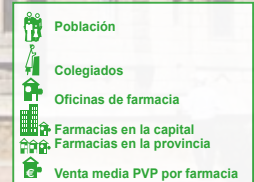
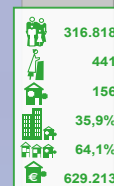
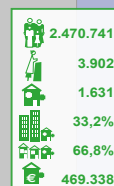
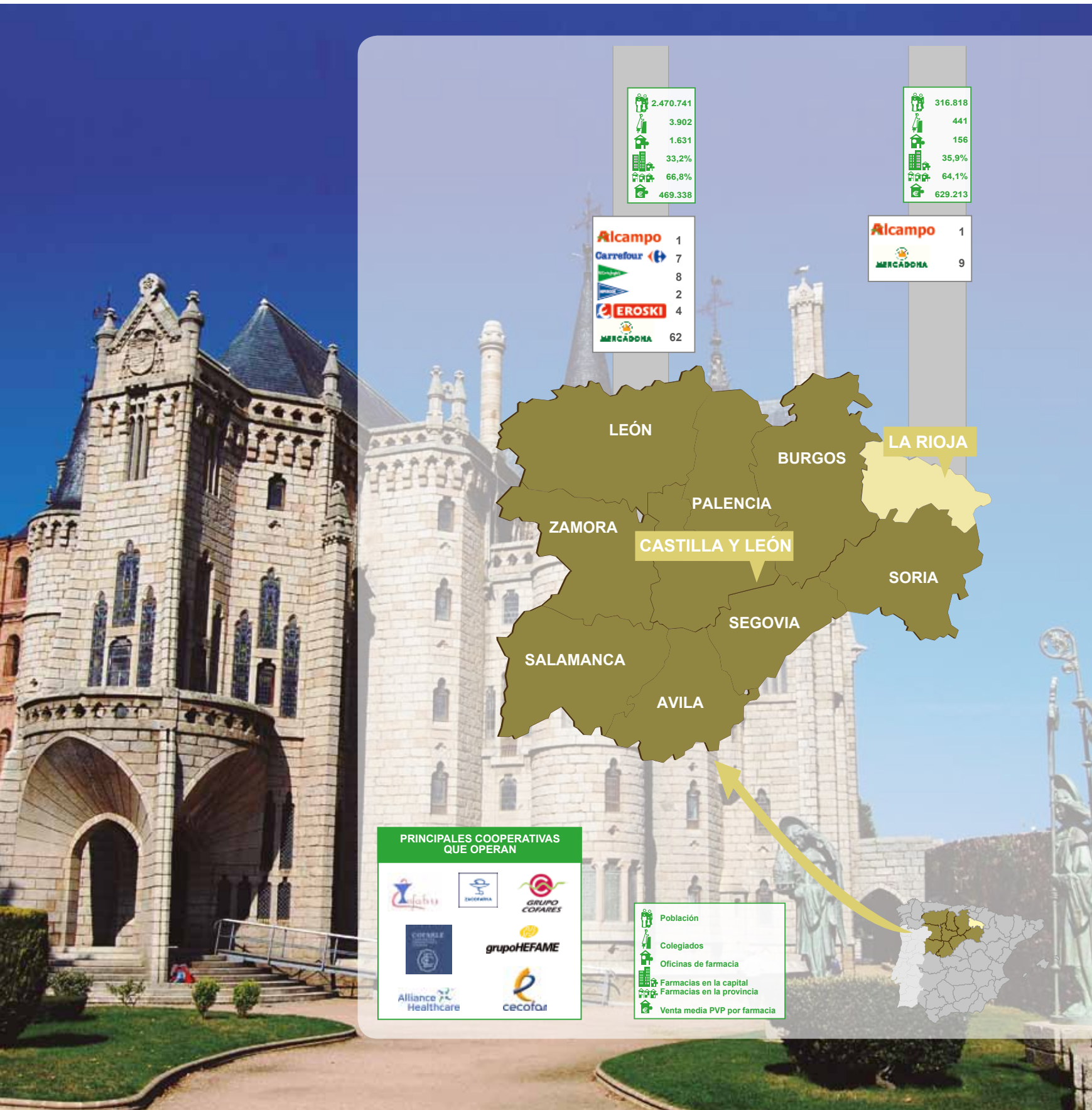
AL IGUAL QUE OCURRE CON OTRAS REGIONES, EN EL AÑO 2014 SE EXPERIMENTA UN CAMBIO DE TENDENCIA EN LA EVOLUCIÓN DEL GASTO FARMACÉUTICO PÚBLICO

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 (2013), en años	Esperanza de vida después de los 65 años (2013) en años, hombres	Esperanza de vida después de los 65 años (2013), 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		
2.470.741	1.219.096	1.251.645	46,5	134.698	68.037	66.661	83,17		
316.818	156.648	160.170	43,4	36.668	18.563	18.105	83,86		

primer lugar, cuál es la *Especialización Declarada* por parte del farmacéutico donde comunica/publicita/anuncia en qué categorías de productos y servicios de venta libre ofrece una recomendación farmacéutica más completa y especializada. También es posible obtener cuál es el grado de colaboración de la oficina de farmacia con proveedores y fabricantes mediante el IAM (Indicador de Actividad de Marca) que indica el nivel de actividad y de 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 84 marcas que corresponden a 65 fabricantes distintos.

Especialización Declarada de las farmacias de Castilla y León y La Rioja

Tal y como hemos comentado anteriormente, el farmacéutico ve la necesidad de dar a conocer a los clientes su oferta de productos y servicios y para ello utiliza todos los medios que la actual Sociedad de Información pone a su alcance. Se trata de saber cómo quieren las farmacias estar presentarse ante los potenciales compradores y, en consecuencia, qué quieren comunicar cuando publicitan su farmacia como marca. En el caso de las farmacias rurales puede ser necesario reforzar aquellos servicios destinados a las personas mayores; la nutrición tan importante para este



SIGRE.

	Nº Puntos Sigre 2014
Castilla y León	1.644
Ávila	134
Burgos	203
León	324
Palencia	98
Salamanca	264
Segovia	101
Soria	71
Valladolid	283
Zamora	166
Rioja (La)	158



LA COLABORACIÓN ENTRE LAS FARMACIAS Y LAS AUTORIDADES SANITARIAS ESTIMULA EL USO DE LOS PRODUCTOS DE AUTOCUIDADO DE LA SALUD POR PARTE DE LOS PACIENTES

colectivo, los controles de tensión de azúcar y colesterol para el correcto seguimiento, el Servicio Personalizado de Dosificación (SPD) para organizar la medicación, todas las ayudas a la movilidad (ortopedia), la disponibilidad de realizar audiometrías y la venta de audífonos, la posibilidad de enviar los pedidos al domicilio... Así, según GeoShopper, la base de farmacias de Shoppertec, del total de las 1.631 farmacias de la Castilla y León hay 204 con página web, 190 anuncian que realizan fórmulas magistrales, 210 se declaran especializadas en Dermo de las que 26 ofrecen asesoramiento dermatológico y/o análisis de piel, 184 se declaran especializadas en Nutrición/Dietética de las que 75 ofrecen asesoramiento o servicio de dietista. Además hay 91 que anuncian servicio de Ortopedia, 167 que se declaran especializadas en Homeopatía y 54 en Fitoterapia y Plantas Naturales. Hay 47 farmacias que tienen tienda online.

Además hay farmacéuticos que anuncian su especialización en personas mayores, colaboran con residencias de mayores, otros realizan estudios de osteoporosis, otros controlan peso de los pacientes... Cada uno comunica su oferta. Para las 156 farmacias de La Rioja, 20 cuentan con página web, 17 anuncian que realizan fórmulas magistrales, 21 se declaran especializadas en Dermo, 21 en Nutrición/Dietética de las que 9 ofrecen asesoramiento dietético o servicio de dietista. Además hay 8 farmacias que ofrecen servicio de Ortopedia, 15 que se declaran especializadas en Homeopatía y 8 en Fitoterapia y Plantas Naturales. En La Rioja han localizado 4 farmacias con tiendas online.

Relación con proveedores/fabricantes

Uno de los indicadores para determinar la importancia de la farmacia consiste en analizar las relaciones y colaboraciones entre farmacéuticos por un lado y fabricantes y distribuidores por

otro. Los fabricantes ayudan al farmacéutico a reforzar las categorías en las que este desea especializarse y, así, 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. 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. Esta renovada colaboración puede observarse 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 actividad que tienen las

marcas en las farmacias, proporcionando una información valiosa sobre su relación y potencial para los laboratorios fabricantes y distribuidores. Éste indicador varía de 0 a 100. Alcanzaría un valor de 100 si todas las marcas analizadas (84 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).

Lo primero que llama la atención es que tan sólo hay un 7% de las farmacias en España que tienen un IAM igual a 0, es decir, para este conjunto de farmacias ShopperTec no ha detectado una relación comercial entre la farmacia y el laboratorio/distribuidor en las 84 marcas analizadas. Esta proporción sube al 12% en el caso de las farmacias de Castilla y León y baja al 4% en las farmacias de La Rioja.

Pero no sólo es posible analizar la situación de las farmacias de Castilla y León y La Rioja para el conjunto de todas las categorías. También es posible profundizar en aquellas marcas que mejor se adaptan al perfil que rodea la farmacia, por ejemplo, en este caso podría ajustarse el indicador a las personas mayores de 65 años.

El IAM de Castilla y León es inferior al IAM Nacional (5 frente a 7) y en La Rioja es similar al IAM Total (ambos con 7). Hay una clara diferencia entre las farmacias situadas en la capital y las del resto de la provincia, presentando las primeras un IAM mucho mayor que las segundas. Estas diferencias se agudizan en determinadas provincias. Así, la diferencia entre el IAM de las farmacias de la capital y del resto en las provincias de Ávila, Soria y Zamora es del orden de 5 y 6 veces a favor de las primeras. En Burgos, León y Valladolid se acortan estas diferencias y llegan a tener un IAM del doble las de las capitales de provincia.

En el caso de La Rioja, la diferencia entre el IAM de Logroño y del resto también es del doble a favor de las primeras. Por lo tanto, para las comunidades del estudio, muchos fabricantes y distribuidores limitan su presencia a las capitales de provincia y obvian cualquier colaboración con la farmacia rural.

Conocer al comprador

Tanto en características como en número. No hay que olvidar que para adecuar la oferta de la farmacia a su clientela, una farmacia ha de conocer las características de sus clientes y su comportamiento de compra para las categorías de compra más importantes: ¿Qué compran? ¿Desde dónde vienen a comprar? ¿En qué otros establecimientos realizan la compra? ¿Dónde toman la decisión de compra? ¿Para quién compran? ¿Cuándo llevan a cabo la compra? ¿Con qué frecuencia compran? ¿Qué grado de consejo o recomendación necesitan en su compra?... y todo ello sabiendo que el comprador no se comporta de la misma manera en todas las categorías. ShopperTec, a través del Estudio FarmaShopper, analiza en profundidad al comprador de la Farmacia y ahonda en su análisis en más de 32 categorías con el objetivo de conocer dónde deben invertir sus recursos las farmacias y los laboratorios para vender más. Este estudio además permite conocer el perfil y características del comprador, así como su comportamiento desde que sale de su casa hasta que sale de la farmacia.

Por último, el farmacéutico también debe conocer cuál es el número de compradores potenciales que le rodean; ¿Cuáles son las categorías que más potencial tienen en su zona? ¿Cuál es el número de personas mayores de 65 años en un determinado radio? ¿Cuántos niños hay? ¿Hay un mayor número de Mujeres en edad fértil que en otras zonas? ¿Con qué fabricantes le

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

conviene llegar a acuerdos para desarrollar determinadas categorías en su territorio?

Por ejemplo, la mayor parte de las farmacias de Castilla y León pueden enfocar sus productos y servicios a las necesidades de la población mayor de 65 años, sin embargo, esto no será así de uniforme en todas las farmacias; algunas tendrán otros perfiles de población a los que enfocarse por las características de la población de su entorno. Esto es necesario conocerlo. Toda esta información cualitativa y cuantitativa del comprador, además de otras variables observables, permite analizar el potencial de cada farmacia, e identificar las farmacias de mayor interés para cada categoría, lo que convierte a GeoShopper en una herramienta eficaz, tanto para laboratorios como para farmacias.

Conclusión: aumentar el negocio de los productos de venta libre

El mercado de productos farmacéuticos de prescripción ha bajado considerablemente durante los últimos años. Según diferentes informes sobre la facturación de las farmacias, la venta promedio de las categorías de productos de venta libre se sitúa entre el 25% y el 28% sobre la venta

total. Este porcentaje varía según el tamaño de la farmacia y el emplazamiento que tengan (será bastante menor en las farmacias situadas en zonas rurales). Las farmacias de Castilla y León y La Rioja necesitan desarrollar este segmento de productos que tiene mayor potencial de crecimiento para compensar la

pérdida de rentabilidad que sufren otros segmentos de productos para las farmacias. Categorías como nutrición y dietética, productos de ortopedia, homeopatía y productos naturales... y los servicios que muchas veces las acompañan han de adquirir un mayor protagonismo. +

ADEMÁS EL GASTO DE LOS HOGARES DE AMBAS ZONAS EN 2014 EN MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE HA AUMENTADO MUY POR ENCIMA DE LA MEDIA NACIONAL

CASTILLA LEÓN

Interés de compra por tramos de facturación		
Tramos de facturación	Nº solicitudes	%
Hasta 150.000 €	20	8,13%
150.000 - 300.000 €	55	22,36%
300.000 - 500.000 €	75	30,49%
500.000 - 700.000 €	52	21,14%
700.000 - 1.000.000 €	28	11,38%
1.000.000 - 1.500.000 €	10	4,07%
1.500.000 - 2.000.000 €	3	1,22%
Más de 2.000.000 €	3	1,22%
Total solicitudes de compra	246	100%

Clasificación de los inversores según su edad	Nº	%
< 30	29	28,16%
30-40	30	29,13%
40-50	20	19,42%
50-60	17	16,50%
> 60	7	6,80%
Total compradores	103	100%

	Nº inversores
Año 2011	87
Año 2012	92
Año 2013	83
Año 2014	103
Incremento	24,10%

Comunidad de residencia		
Provincia	Nº inversores	%
CASTILLA-LEÓN	50	48,54%
MADRID	22	21,36%
EXTREMADURA	11	10,68%
CASTILLA-LA MANCHA	6	5,83%
ARAGÓN	4	3,88%
PAÍS VASCO	3	2,91%
NAVARRA	3	2,91%
COMUNIDAD VALENCIANA	1	0,97%
ANDALUCÍA	1	0,97%
GALICIA	1	0,97%
ASTURIAS	1	0,97%
Total	103	100%

Fuente:



Tel. 902 115 765
www.farmaconsulting.es

Los farmacéuticos retoman con fuerza el interés de inversión en Castilla-León

El interés de inversión en Castilla-León se incrementó un 24% con respecto al año anterior

Durante el último año 103 farmacéuticos se interesaron por comprar una farmacia en Castilla-León. Éste interés de inversión aumentó en un 24% con respecto al año anterior lo que demuestra el atractivo de la farmacia en esta Comunidad Autónoma.

Si atendemos a la residencia de los demandantes de farmacia del último año en Castilla-León observamos que la mayoría de ellos, un 49%, residen en ésta Comunidad Autónoma. Los farmacéuticos madrileños fueron los siguientes más interesados con el 21% de las solicitudes.

En cuanto al perfil del inversor, la demanda entre hombres y mujeres estuvo muy equilibrada viniendo el 55% por parte de hombres y el 45% por parte de mujeres. A nivel de edad, se concentró en un 57% en los menores de 40 años, aunque destacó el 7% de interés entre los mayores de 60 años.

Por último, el 23% de los inversores que contactaron con Farmaconsulting durante el último año ya eran propietarios de una farmacia.

La farmacia riojana: muy atractiva entre los farmacéuticos interesados en cambiar de farmacia

El 47% de los farmacéuticos interesados en comprar farmacia en La Rioja eran propietarios de otra farmacia en el momento de la solicitud.

Los farmacéuticos ven con gran atractivo la farmacia riojana. Durante el último año, el 47% de los inversores que se pusieron en contacto con Farmaconsulting Transacciones para comprar farmacia en esta Comunidad autónoma ya eran propietarios de otra farmacia en el momento de la solicitud.

Estos farmacéuticos tienen muy definido el tipo de farmacia que están buscando en ésta Comunidad Autónoma, ya que el 84% repartieron su búsqueda de forma equilibrada entre los tramos comprendidos de 150.000€ a 1.000.000€ de facturación.

Con respecto al inversor, no hubo muchas diferencias entre las solicitudes realizadas por hombres, el 59%, y las realizadas por mujeres, el 41%. Si atendemos a la edad, observamos que el 65% tenían una edad comprendida entre los 30 y los 50 años, un dato que va de la mano con la experiencia de estos farmacéuticos y su interés de cambio de farmacia. Por otro lado y aunque los residentes en La Rioja fueron los máximos solicitantes con el 29%, el interés de compra por los residentes en las comunidades limítrofes fue destacable, el 24% de las solicitudes provinieron de Castilla-León y el 18% de Navarra.

LA RIOJA

Interés de compra por tramos de facturación		
Tramos de facturación	Nº solicitudes	%
Hasta 150.000 €	6	11,76%
150.000 - 300.000 €	10	19,61%
300.000 - 500.000 €	12	23,53%
500.000 - 700.000 €	11	21,57%
700.000 - 1.000.000 €	10	19,61%
1.000.000 - 1.500.000 €	2	3,92%
1.500.000 - 2.000.000 €	0	0,00%
Más de 2.000.000 €	0	0,00%
Total solicitudes de compra	51	100%

Clasificación de los inversores según su edad	Nº	%
< 30	4	23,53%
30-40	6	35,29%
40-50	5	29,41%
50-60	2	11,76%
> 60	0	0,00%
Total compradores	17	100%

	Nº inversores
Año 2011	18
Año 2012	24
Año 2013	21
Año 2014	17
Incremento	-19,05%

Comunidad de residencia		
Provincia	Nº inversores	%
RIOJA	5	29,41%
CASTILLA-LEÓN	4	23,53%
NAVARRA	3	17,65%
MADRID	2	11,76%
ARAGÓN	2	11,76%
COMUNIDAD VALENCIANA	1	5,88%
Total	17	100%