

# A distinta escala, las farmacias de Madrid y Extremadura

A ESCALA DE SU DIFERENTE DENSIDAD DE POBLACIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL, LAS REDES DE FARMACIAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID Y EXTREMADURA CONSTATAN SUS DIVERGENCIAS EN VIRTUD DE UNA DISTINTA DEMOGRAFÍA A LA QUE PRESTAN SERVICIO, CON UN DESIGUAL GRADO DE MADUREZ DIGITAL, DOS DOTACIONES SANITARIAS CLARAMENTE DISTINTAS Y UNA TAMBIÉN NOTABLE DISTANCIA EN SU CAPACIDAD DE RENTA Y GASTO FARMACÉUTICO.

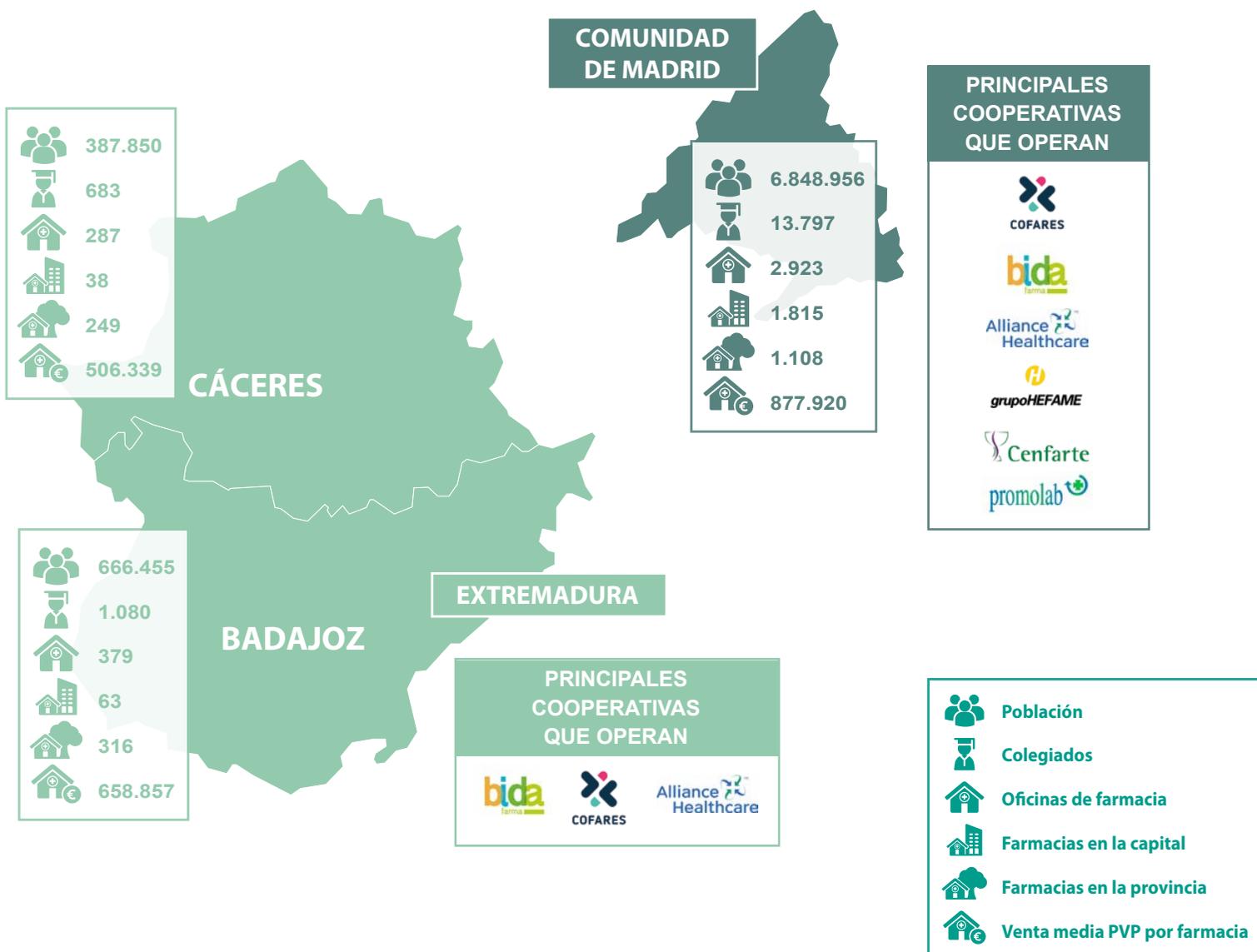


En pocos análisis como este pueden recogerse y expresarse las mayores divergencias entre las redes de farmacia de dos comunidades autónomas peninsulares. Separadas por las dos Castillas, la Comunidad de Madrid (CAM) y Extremadura coinciden en la vocación de servicio de sus profesionales y en compartir un mismo modelo de atención y proximidad de sus establecimientos sanitarios de primera fila a los ciudadanos, pero no aportan los mismos medios a este empeño. De forma que, más allá de criterios administrativos o de concentración de recursos en el diálogo centro-periferia, se producen dos dinámicas que permiten la modernización de las oficinas de farmacia a distinto ritmo. Aunque ambas redes deben escuchar las señales que envía el mercado, ya que, a juicio de **José Antonio Andreu**, CEO de Shoppertec, las compañías farmacéuticas pueden mantener su efecto tractor para las farmacias este año como así ocurrió en el anterior.

### Cartografiar las redes de farmacias

Tal como refirió Andreu en la presentación del último Barómetro sectorial conjunto de su firma e IM Farmacias, la buena marcha de los laboratorios, y su tirón para la red de farmacias, no tiene que ir acorde con el devenir económico general, aunque no por ello las propias oficinas deberían confiarse. Por lo que tendrán que estar atentas a aprovechar las oportunidades que brinda el consejo y las recomendaciones del farmacéutico, con el apoyo de la innovación, el lanzamiento de novedades y el mejor eco a las acciones a realizar en el punto de venta. Sin perder de vista que la crisis económica no deja de ser la principal preocupación, o incluso amenaza, para el desarrollo del negocio de los propios laboratorios y, por extensión, para las farmacias comunitarias. Al trazar unas líneas posibles de futuro en las que sería más que oportuno aprovechar el potencial que representa el *Consumer Health* (CH), como postula el directivo.

Ante esta tarea que no es pequeña, y que requiere esfuerzos moderados aunque diarios, la información representa un aliado fundamental con el que contar. Desde el propósito de que cada oficina de cada territorio conozca su realidad de mercado, desde la base firme que supone el trabajo desarrollado por la firma Shoopertec a partir de fuentes como el Instituto Nacional de Estadística (INE) y los padrones municipales. Al hacer posible cartografiar cada red de farmacias según la capacidad de gasto de cada *shopper*, según su adscripción generacional y según los rasgos principales de sus domicilios. A la vez que se retratan las infraestructuras sanitarias con precisión de sus centros de salud, hospitales y residencias de personas mayores, tanto en la esfera rural como en la urbana. Redes de las que también se describe la población media atendida por cada farmacia, las oficinas que componen su competencia en su área de influencia y el desarrollo digital conseguido hasta la fecha, en unión a su venta de productos de autocuida-



do, además de la especialización declarada en cuidados para la piel y también para mantener una nutrición correcta y equilibrada.

### Divergencias demográficas

Conocer la evolución de las farmacias de Extremadura y la Comunidad de Madrid precisa describir antes la red estatal en su conjunto. Actualmente España dispone de 22.198 farmacias operativas, cuya media de población atendida es de 2.135 personas por oficina con su correspondiente desglose pormenorizado a escala territorial, es decir, regional y provincial. Este sistema, paradigmático en el mundo por su densidad y proximidad, atiende a un total de 48.592.909 habitantes con una densidad de población media de 96 habitantes por km<sup>2</sup>, según la información aportada por el INE, una vez constatada la subida de 507.548 personas que supuso empezar 2024 con un incremento del 1,06% respecto al último trimestre de 2023. Unos datos que serán conocidos próximamente en sus modificaciones una vez que se publique la estadística continua de población al completar los primeros tres meses del presente año.

Como tercera región más poblada por detrás de Andalucía y Cataluña, la Comunidad de Madrid empezó 2024 con 7.000.621 habitantes, que supusieron el 14,4% de los habitantes totales del país. Su distribución por sexo fue del 52,11% de mujeres, numeradas en 3.648.030, frente al 47,88% de varones, que sumaron 3.352.591, con la peculiaridad de que, de su suma, 5.888.067 fueron españoles y nacionalizados junto a 1.112.554 personas extranjeras. Mantuvo así esta comunidad autónoma su condición de territorio más densamente poblado del país, con 808,32 habitantes por km<sup>2</sup>, muy por encima de la densidad media de población en España indicada arriba. Un dato que confirmó que se trata de un territorio que no solo crece por atracción en la población de su ciudad principal, la capital, sino también en su superficie rural en la que existen 179 municipios además de irradiar habitantes a provincias limítrofes.

Con una extensión de 8.021,8km<sup>2</sup>, la CAM es la undécima región con el 1,6% de la superficie territorial nacional, por delante de Islas Canarias (1,5%), País Vasco (1,4%), Cantabria (1,1%) y La Rioja e Islas Baleares (1%). Mientras que, en lo que respecta a su dimensión sectorial, aloja en su superficie 2.914 farmacias, que representan el 13,12% de toda la red estatal, situándose por tanto solo por detrás de Andalucía (3.880) y Cataluña (3.245), como comunidades de mayor amplitud. Poniéndose por detrás de esta última región en población atendida media por establecimiento y por delante de la de Andalucía, ya que están adscritos a cada farmacia madrileña 2.135 habitantes.

En el caso de Extremadura, se trata de una región en la que residen 1.053.423 personas, cifra a la que llegó al iniciar el presente año tras perder en el último trimestre de 2023 179 personas, cuantificadas en un 0,02% menos, de manera que solo retuvo el 2,16% de la población española total. En un territorio notablemente amplio por su extensión, dado que ocupa 41.634km<sup>2</sup> que se cuantifican en el 8,2% del total del territorio estatal como quinta región por extensión en el país. Esta región, que es la decimotercera por volumen de habitantes en el contexto autonómico, ofrece una densidad de población muy baja, de 25hab/km<sup>2</sup>, hasta casi dividir por cuatro la tasa nacional que ya es baja de por sí. Algo explicable porque este territorio es el que cuenta con mayor porcentaje de población rural regional, cifrado en el 49,1% de su total al contabilizar 522.207 personas que no viven en las ciudades extremeñas. Extremadura cuenta con una red propia de farmacias que suma 666 oficinas, en lo que supone el 3% de la red nacional, para atender en su caso por establecimiento a 1.591 personas como media.

Al ser dos las provincias en las que se reparten las tierras extremeñas, aquella en la que reside su capitalidad (Mérida) es Badajoz, territorio en el que habitan 665.928 personas como espacio más grande y poblado de su región, tras haber experimentado un incremento de 188 habitantes. Su 1,37% de la población total residente en España se distribuye irregularmente por sus 21.766km<sup>2</sup>, con una densidad de población de 31,07hab/km<sup>2</sup> como algo más del tercio de la tasa estatal. Habitantes notablemente rurales, si se tiene en cuenta que la ciudad de Badajoz sumó 150.146 pobladores al empezar 2022 y después de haber perdido 464 moradores. Mientras que en el mismo límite temporal, la ciudad de Mérida, capital regional, contó 59.324 después de haber perdido 100, en una superficie periurbana de 865,2km<sup>2</sup>. Asiste a estos y el resto de núcleos de población una red de farmacias que se han mantenido hasta la fecha en 379 oficinas, con una población atendida por establecimiento de 1.768 personas, en número que se sitúa por encima de la tasa regional pero bastante por debajo de la nacional. Estando actualmente abiertas en la capital de la provincia 63 farmacias.

## EXTREMADURA DUPLICA

### EL GASTO SANITARIO

### DE LA COMUNIDAD

### DE MADRID

En lo que respecta a Cáceres, sumó 387.495 ciudadanos en total después de haber experimentado un descenso cifrado en 367 residentes hasta el arranque del año 2022 y como el 0,79% del total de la población empadronada en el país. Su territorio, que ocupa 19.868km<sup>2</sup>, como segunda provincia mayor en tamaño con el 3,94% del territorio nacional, ofrece una densidad de población todavía inferior a la de Badajoz, con 19,95hab/km<sup>2</sup> en un medio también muy ruralizado porque el 22,68% de sus habitantes vive en la capital de su mismo nombre, el 42,45% en localidades de más de 10.000 habitantes y el resto en municipios con menos de 2.000 habitantes, caracterizados por sus altos índices de envejecimiento, un crecimiento natural negativo y la masculinización progresiva de la población. Frente a su capital Cáceres, donde la población subió a los 95.456 residentes al empezar el año 2022, cuya incorporación aumentó en 38 personas. Siendo su tejido urbano el que sirve de base a 37 oficinas del total de 287 farmacias existentes en la provincia, con una reducida tasa de 1.357 ciudadanos atendidos por establecimiento.

### A cada edad, su perfil

En el momento de este análisis, los grupos poblacionales o generaciones comúnmente aceptadas, siguieron agrupando 1.567 personas en todas las edades para el conjunto del país. Tramos que comienzan con la 'generación Z', que va de los cero a los 21 años; para ser seguidos por los *millennials*, cuyas edades no exceden los 40 años y, a continuación, por los miembros de la 'generación X', en rango de los 45 a los 51 años. Detrás se sitúa el más nutrido grupo de los *babyboomers*, al situarse entre los 52 y los 71 años. Para concluir con la 'generación silenciosa', compuesta por aquellos que superan los 72 años. Clasificación que, para España, se reparte en 292 personas de la 'generación Z', 363 *millennials*, 254 componentes de la 'generación X', 423 *babyboomers* y 236 personas de mayor edad.

En el caso de la Comunidad de Madrid, la población atendida se eleva a los 1.843 ciudadanos por farmacia, todavía con un grupo joven con sus 339 miembros de la 'generación



Z' frente a los 267 miembros de la 'generación silenciosa', sin perjuicio del grupo más numeroso de los *babyboomers* (479), teniendo todos los tramos una vigorosa tendencia al crecimiento.

En el extremo opuesto se sitúa Extremadura, con casi el mismo número de jóvenes que mayores y un envejecimiento bastante generalizado que se manifiesta más acusado en la provincia de Cáceres.

### **De renta a renta**

En línea con los datos contables aportados por Shoppertec, la capacidad de gasto de los domicilios españoles se mantiene hoy en los 13.819 euros con hogar, con un tamaño medio que incluye a 2,52 residentes por unidad familiar, que excede los casos de personas que viven solas en el promedio estatal del 26% y que son clasificados como hogares unipersonales.

En el caso de la CAM, las personas que residen en su territorio disponen de una renta media de 34.821 euros, según la última contabilidad regional de España aportada por el INE (2021), con lo que el indicador madrileño se sitúa en

casi 10.000 euros por encima de la media nacional, actualmente encajada en el entorno de los 25.498 euros. Sobre esos ingresos, y como confirma Shoppertec, la capacidad de gasto en los hogares de la provincia y comunidad autónoma de Madrid se eleva a los 16.931 euros en una tendencia levemente al alza, aunque en menor medida que en el análisis anterior de esta cabecera, sin que haya variado, por otro lado, su número de residentes por hogar (2,45) ni su porcentaje de hogares unipersonales (24%), aunque en estas dos variables se confirma una clara predisposición a descender a medio plazo.

Comparativamente el caso de Extremadura difiere del madrileño, especialmente porque su población activa padece un porcentaje de paro del 16,3%, claramente superior a la tasa nacional como una de las mayores del conjunto de las comunidades autónomas del país. Dado que su PIB regional, cifrado en 22.531 millones de euros, sitúa a este territorio en el decimoquinto lugar de las CC. AA. por volumen de PIB. Donde su PIB per cápita, como indicador de calidad de vida, fue de 21.343 € euros en 2022, en este caso solo por delante de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Junto al problema agravado de que Extremadura es la sexta región en deuda pública por habitante, con 4.872€ euros.

Sobre esta base macroeconómica, Extremadura tiene una capacidad de gasto por hogar que desciende con fuerza hasta situarse hoy en los 10.369 euros, con una ocupación por domicilio de 2,36 residentes y tendencia a verse reducida, al igual que ocurre con su porcentaje de hogares en los que reside una sola persona (25%).

En el caso de la provincia de Badajoz, la capacidad de gasto regional se eleva levemente hasta los 10.550 euros, con un índice de habitación por hogares de 2,44 residentes y un 23% de hogares unipersonales, como tres valores estadísticos que están en retroceso. Frente a una provincia de Cáceres en la que la capacidad de gasto cae a 10.130 euros, junto a 2,25 miembros de sus hogares como media. Datos estos últimos de los que se desmarca el número de domicilios en los que vive una sola persona, hoy contado en un 29% y que apunta a crecer en los próximos tiempos.

### Leal competencia sectorial

Unidas por su vocación de servicio a la salud de los ciudadanos, su compromiso por la mejora continua y su deseo de ampliar los servicios existenciales, las farmacias compiten lealmente a la distancia que dicta la administración y cuentan con unos recursos humanos motivados y bien preparados cuya abundancia por establecimiento depende de cada territorio. En ese sentido, la media nacional de farmacéuticos por oficina es de 2,5 profesionales, entre titulares y adjuntos. Equipos cuyos miembros se elevan a tres en la CAM, pero bajan a 1,7 en Extremadura. Región esta última en la que el número de farmacéuticos por establecimiento es de 1,8 para Badajoz y de 1,6 para la provincia de Cáceres.

En cuanto a la competencia intrasectorial, la media estatal habla de seis oficinas abiertas en el área de cada farmacia. Un número que se eleva a nueve en la CAM por su alta concentración de población en un término autonómico reducido, en sentido opuesto a Extremadura, donde las farmacias competidoras bajan a tres. Cantidad replicada en Badajoz pero no así en Cáceres, donde solo se cuentan dos.

### Asimetrías sanitarias y farmacéuticas

Desde el común criterio, público y privado, de que las farmacias son centros volcados en la salud de los ciudadanos y esenciales por su mayor accesibilidad para la población, también procede saber cómo son las infraestructuras sanitarias y asistenciales de otro tipo que complementan los territorios en los que están asentadas. Dotaciones cuyo repaso también se enriquece con la proporción de los fondos públicos que se destinan a medicamentos y atención sanitaria en su conjunto. En gasto sanitario público (GSP), por ejemplo, creció interanualmente en 2022 un 4,63% en el total del Estado, con asignación de 1.766,72 euros per cápita. Promedio que, para la CAM, se redujo respectivamente a un 2,79% y 1.541,42 euros. Porcentaje y dato diferentes para una Extremadura cuyo gasto sanitario se incrementó el 6,26% con distribución media por ciudadano de 1.897,21 euros.

Dentro de esas cantidades aplicadas a sanidad, el capítulo del gasto farmacéutico público (GFP) experimentó una subida interanual del 4,93% a escala nacional, con reserva de 253,07 euros por ciudadano. Magnitud en la que la CAM gastó algo menos por residente, 206,81 euros, al registrar una subida del 5,8%. Superior, por tanto, al 3,82% de Extremadura, aunque el gasto per cápita en esta región se mantuvo elevado, con 332,48 euros.

En cuanto a las dotaciones asistenciales, España siguió contando con 921 hospitales, 3.135 centros de salud y 5.567 residencias más o menos medicalizadas. De esa potencia asistencial, corresponden 91 hospitales, 263 centros de salud y 477 residencias a la CAM. Centros que bajaron en número para Extremadura, donde a día de hoy existen 27 hospitales, 111 centros de salud y 288 residencias. Se trata de dependencias e instalaciones desigualmente repartidas entre los territorios de Badajoz y Cáceres. Comparación en la que solo sale por delante esta segunda provincia al disponer de 166 residencias sobre las 122 abiertas en tierras pacenses.

### Digitalizar para llegar más lejos

Atendiendo al barómetro de IM Farmacias y Shoopertec, los responsables de las farmacias del país declaran tener enfrente, cuando solo realizan actividad presencial, una media de tres competidores, a la cabeza de los que sitúan a Amazon, seguido de las farmacias que hacen venta online y, finalmente, por el resto de farmacias. Mientras que la parafarmacia y su crecimiento se revelan como principal rival para todos los canales y, muy especialmente, para las farmacias que realizan ventas por internet.

En este terreno, la consultora colaboradora y experta en mercados farmacéuticos aplica la visión *Google My Business*, que rastrea las ventas online, además de la presencia web y en redes sociales de las farmacias. Para confirmar una panorámica en la que el país cuenta con 730 farmacias autorizadas por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) para vender online productos de salud no sujetos a prescripción. En paralelo a un 40% de farmacias que tienen página web corporativa y 32% que dialogan y promocionan su stock en redes sociales (RR. SS.), siendo estos tres cauces digitales no excluyentes entre sí.

Según este esquema, la CAM roza la media nacional de farmacias con RR. SS. con un 31%, mientras que un 40% de sus oficinas tienen web y existen 107 farmacias autorizadas para hacer venta online como el 14,65% del conjunto del país.

En lo tocante a Extremadura, apenas cuenta con 18 farmacias validadas para hacer venta online, suponiendo el 2,46% de las 730 oficinas del país que la realizan, junto a un 24% de farmacias con web y un 17% activas en redes sociales, parámetros que son más desfavorables, como era de suponer, para la provincia de Cáceres que para la de Badajoz. Ya que en la primera de estas provincias escasamente existen dos farmacias con capacidad para vender por internet y solo el 10% de sus establecimientos aparecen en las RR. SS.

### Dentro y fuera, piel y nutrición

Ante la creciente especialización de las farmacias del país, es signo de capacidad de negocio y servicio al ciudadano destacar aquellas dos áreas de actividad que marcan una clara diferencia entre unas oficinas y otras. Dos grandes bloques de consumo que Shoopertec ubica en la venta de productos de nutrición y aquellos concebidos para el cuidado de la piel. Unas áreas que, respectivamente, alcanzan en España el 18 y el 17%.

En el caso de la CAM, las oficinas especializadas en dermofarmacia suben al 20%, mientras que aquellas que se aplican a la nutrición ganan un punto respecto al promedio nacional hasta suponer el 18% de todos los establecimientos. En contraste al hundimiento en cifras de Extremadura, cuyo número de oficinas dedicadas a dermofarmacia apenas suponen el 8%, mientras que las que tienen actividad en nutrición como especialidad declarada no superan el 9%. Insuficientes datos regionales que no hacen más que mejorar levemente en Badajoz, tanto en dermo (9%) como en nutrición (11%), mientras que en la provincia de Cáceres la cosa es más discreta, con un modesto 7% de especialización para ambas actividades.

### No llegar tarde al autocuidado

Tal como adelantó el CEO de Shoopertec, la actividad de *Consumer Health* tiene buenas perspectivas de crecimiento este año, pero con la salvedad de que existe riesgo de que la farmacia pierda cuota de negocio en beneficio de otros canales. Un riesgo que es necesario calibrar mediante datos precisos. El Índice de Actividad de Marca (IAM) sobre madurez de las farmacias en el mercado de *Consumer Health*, empleado por Shoopertec, viene de auditar las 153 marcas más relevantes de los 96 laboratorios con más peso en CH. En una escala de 0 a 100,

que establece cinco categorías etiquetadas de la 'A' a la 'E', donde las primeras (A) corresponden a las farmacias que dispensan todas las marcas desde sus anaqueles, mientras que las oficinas 'E' no venden ninguna y, por tanto, desaprovechan cualquier potencial ingreso en términos de CH.

En el caso de la CAM, el índice detecta una clara vocación por el autocuidado por parte de sus farmacias, ya que su territorio cuenta con un 27% de oficinas de la categoría 'A' y un 23% de las de tipo 'B', frente a una menor proporción de farmacias 'D' (20%) y 'E' (8%). Reparto de este mercado que cae abruptamente en Extremadura, región en la que las farmacias 'E' son nada menos que el 45%, con un exiguo número de oficinas 'A' (9%). Categoría 'A' que se mantiene también solo en el 9% para la provincia de Badajoz, sin ser contrapeso para sus farmacias 'E' (34%). Siendo aún más preocupante el caso del territorio de Cáceres, donde tales establecimientos 'E' ascienden al 60%, con aún menos farmacias 'A' (8%).

### De sementeras y capitalidades

Finalmente, y porque la actitud positiva lleva a mejores resultados que la contraria, Andreu apostó por una aceptable fase expansiva para las ventas en las farmacias, en virtud de los esfuerzos que los laboratorios parecen dispuestos a hacer y porque hay signos favorables como que las oficinas han recuperado la circulación y compra en lineal, en un momento en que el crecimiento del CH viene por la demanda más que por el precio.

Ante la discrecionalidad que pueden tener las farmacias para modernizarse e ir por delante, también es cierto que los condicionantes físicos y económicos descritos arriba también marcan, y mucho, la actividad sectorial. Por eso, y sin llegar a la densidad de población de Mislata (Valencia), como récord nacional por sus 22.460,39 habitantes por Km<sup>2</sup>, la ciudad de Madrid

mantuvo una población de 3.286.662 habitantes a inicios de 2022, con una densidad de población de 5.418,47hab/km<sup>2</sup>, en un territorio con liderazgo económico, fuerte implantación digital y pujanza también en autocuidado. Mientras que, por el contrario, las farmacias de Extremadura tienen que atender a una población progresivamente envejecida en un territorio fuertemente ruralizado, dotado con inferiores infraestructuras sanitarias, una digitalización precaria salvo excepciones y que casi divide la media nacional en proporción de farmacias aplicadas a nutrición y piel.

En definitiva, y como explica Shoopertec, las expectativas de los laboratorios son buenas para su actividad y potencialmente también para la salida de sus productos a través de las farmacias, aunque con visión omnicanal que pueda sortear una coyuntura económicamente desfavorable. Situación que solo podrá resultar lesiva en mayor medida para aquellas farmacias que pierdan el pulso de su evolución frente a una competencia extra sectorial que nunca está quieta. +

**shopperTec**  
Insights & Solutions

## CONOCE LAS MEJORES FARMACIAS PARA TU CATEGORÍA

Segmentamos las farmacias, diseñamos y optimizamos la cobertura y te ayudamos a implantarla

Disponemos además, de la base de **datos más actualizada y completa** de las **22.261 farmacias** en España



Partimos del **perfil de los compradores** de la categoría



Calculamos el **tamaño e importancia** en ventas de la farmacia



Analizamos la **población del target** y el impacto de la **competencia** en el área de influencia



Analizamos toda la **información disponible** y **modelizamos las variables clave** para calcular el potencial de la categoría

[www.shoopertec.com](http://www.shoopertec.com)

 [contact@shoopertec.com](mailto:contact@shoopertec.com)



91-7434691

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



POBLACIÓN POR FARMACIA EN EL ÁREA DE INFLUENCIA						
	POBLACIÓN TOTAL	Generación Z <=21 años	Millennials 22-40 años	Generación X 42-51 años	Baby Boom 52-71 años	G. Silenciosa >72 años
<b>NACIONAL</b>	<b>1.567</b>	<b>292</b>	<b>363</b>	<b>254</b>	<b>423</b>	<b>236</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>1.843</b> ↑	<b>339</b> ↑	<b>453</b> ↑	<b>304</b> ↑	<b>479</b> ↑	<b>267</b> ↑
<b>EXTREMADURA</b>	<b>1.167</b> ↓	<b>200</b> ↓	<b>260</b> ↓	<b>167</b> ↓	<b>343</b> ↓	<b>198</b> ↓
<b>BADAJOS</b>	1.283 ↓	232 ↓	295 ↓	188 ↓	366 ↓	202 ↓
<b>CÁCERES</b>	1.014 ↓	157 ↓	213 ↓	139 ↓	313 ↓	192 ↓

PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA			COMPETIDORES EN EL ÁREA		
	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES	Nº FARMACIAS COMPETITORAS	
<b>NACIONAL</b>	<b>13.819 €</b>	<b>2,52</b>	<b>26%</b>	+++++	6
<b>C. MADRID</b>	<b>16.931 €</b> ↑	<b>2,45</b> ↓	<b>24%</b> ↓	+++++	9
<b>EXTREMADURA</b>	<b>10.369 €</b> ↓	<b>2,36</b> ↓	<b>25%</b> ↓	+++++	3
<b>BADAJOS</b>	10.550 € ↓	2,44 ↓	23% ↓	++++	3
<b>CÁCERES</b>	10.130 € ↓	2,25 ↓	29% ↑	+++	2

## EL POTENCIAL DE LA FARMACIA



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

	A	B	C	D	E
<b>C. MADRID</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>	<b>8%</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>9%</b>	<b>13%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>45%</b>
<b>BADAJOS</b>	9%	14%	21%	22%	34%
<b>CÁCERES</b>	8%	12%	11%	9%	60%



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

Tamaño del hogar: media de personas por hogar, nº de personas / nº de hogares en el área de influencia.

Capacidad de Gasto por persona: Renta disponible después de impuestos y contribuciones sociales de la población de una determinada región. Consiste en los ingresos netos del empleo y los activos (después de impuestos y contribuciones sociales), pensiones, prestaciones por desempleo, pagos de prestaciones y otros pagos de transferencias nacionales. Fuente: MBR 2022

IAM (Índice de Actividad de Marca), medida elaborada por ShopperTec en base a más de 153 marcas auditadas de más de 96 laboratorios, que permite calcular potencial de la farmacia en productos de venta libre. Este indicador varía de 0 a 100. Alcanzaría un valor de 100 si todas las marcas analizadas estuvieran presentes en una farmacia y 0 si no hubiera ninguna presente.

En base 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*				ESPECIALIZACIÓN DECLARADA*	
	%FARMACIAS CON RRSS	%FARMACIAS CON WEB	VENTA ONLINE OTC (Nº Farmacias)	DERMO	NUTRICIÓN
<b>NACIONAL</b>	<b>32%</b>	<b>40%</b>	<b>730</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>31%</b>	<b>42%</b>	<b>107</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>18</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>
BADAJOS	21%	28%	16	9%	11%
CÁCERES	10%	18%	2	7%	7%

## ENTORNO Y GASTO SANITARIO

ShopperTec  
Insights & Solutions

ENTORNO SANITARIO*				GASTO SANITARIO 2022*	
	HOSPITALES	CENTROS DE SALUD	RESIDENCIAS	% Var. 2022/2021	GSP pc (€) 2022
<b>NACIONAL</b>	<b>921</b>	<b>3.135</b>	<b>5.567</b>	<b>4,63%</b>	<b>1.766,72 €</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>91</b>	<b>263</b>	<b>477</b>	<b>2,79%</b>	<b>1.541,42 €</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>27</b>	<b>111</b>	<b>288</b>	<b>6,26%</b>	<b>1.897,21 €</b>
BADAJOS	18	59	122		
CÁCERES	9	52	166		

## ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO

ShopperTec  
Insights & Solutions

LA FARMACIA*				GASTO FARMACÉUTICO 2022*	
	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA	% Var. 2022/2021	GFP pc (€) 2022
<b>NACIONAL</b>	<b>22.198</b>	<b>2.135</b>	<b>2,5</b>	<b>4,93%</b>	<b>253,07 €</b>
<b>C. MADRID</b>	<b>2.914</b>	<b>2.317</b>	<b>3,0</b>	<b>5,80%</b>	<b>206,81 €</b>
<b>EXTREMADURA</b>	<b>666</b>	<b>1.591</b>	<b>1,7</b>	<b>3,82%</b>	<b>332,48 €</b>
BADAJOS	379	1.768	1,8		
CÁCERES	287	1.357	1,6		

Web: % de farmacias que declaran tener web en su perfil de Google My Business o cualquier otro medio. RRSS: % de farmacias que declaran tener redes sociales en su perfil de Google My Business o en su web.

Especialización declarada: Porcentaje de farmacias que declaran (ya sea en la propia farmacia, verbalmente, en la web o en redes sociales) que son especialistas en nutrición o dermocosmética.

Venta online OTC: Nº de farmacias a nivel nacional, comunidad autónoma y provincia que tienen permiso de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios para vender medicamentos no sujetos a prescripción médica.

Entorno sanitario y farmacéutico: AEMPS, Ministerio de Sanidad (Estadísticas de Gasto Sanitario Público, datos de facturación de recetas y centros de atención primaria) y CGCOF 2021.