

# En buena vecindad, las farmacias de la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia

ADEMÁS DE TENER UNA DIFERENTE CONFIGURACIÓN TERRITORIAL Y EXTENSIÓN ESPACIAL, LA COMUNIDAD VALENCIANA Y LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MURCIA DIFIEREN EN LA AMPLITUD DE SUS RESPECTIVAS REDES DE FARMACIAS. MALLAS DE OFICINAS DE PROXIMIDAD PARA SUS CIUDADANOS QUE, AUN MOSTRANDO UNA MISMA VOCACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO, RESPONDEN A DISTINTAS PAUTAS DEMOGRÁFICAS Y DISTINTOS GRADOS DE IMPLANTACIÓN DE SU DIGITALIZACIÓN, ESPECIALIZACIÓN DECLARADA Y POTENCIA EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y MEDICAMENTOS PARA EL AUTOCUIDADO.



Ubicadas en posiciones destacadas del eje mediterráneo peninsular, las comunidades autónomas de Valencia y Murcia muestran un notable dinamismo que se traduce en una demográfica en tendencia positiva con situación económica adecuada para dar estabilidad a sus respectivas redes de farmacia. Como explica de forma puntual **José Antonio Andreu**, CEO de Shoppertec, se trata de oficinas que, como la mayoría del país, pueden aprovechar las oportunidades que brindan el farmacéutico, la innovación, el lanzamiento de nuevos productos y las actividades a realizar en el punto de venta. En un momento en el que, sin embargo, se reduce la capacidad de compra por parte de los ciudadanos a causa de una inflación elevada y prolongada en capítulos aledaños a la salud como es la alimentación. Preocupación que no es ajena a los laboratorios proveedores y que se suma también a la inquietud por la competencia y su presencia en canales menos habituales para el sector.

### La realidad en sus detalles

Esas líneas de pensamiento proactivo que deben acompañar a las farmacias en su actividad diaria y su planificación a medio y largo plazo se vieron reflejadas en último barómetro sectorial publicado este año, según el cual el 74% de las farmacias declara sentir el impacto de la actual situación económica, con rasgos como cierta infidelidad de los usuarios de las oficinas, que se decantan por otros canales aparentemente alternativos y provocando pérdida de cuota de mercado para el sector. Suficiente argumento para que los farmacéuticos titulares se orienten más hacia el mercado de *Consumer Health* (CH), como recuerda Andreu. Con el ejemplo también del 34% de los establecimientos del país que han integrado la venta online en su modelo de negocio.

En ese sentido, y tanto para las farmacias que asumen estas líneas como para aquellas que lo harán antes que tarde, Shoopertec destila información de mercado a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y los padrones municipales. Como forma de conocer en detalle la realidad y potenció de cada red de farmacias, así como la capacidad de gasto de cada *shopper* en su zona de residencia, a escala regional y provincial, según su filiación generacional y las características principales de sus hogares. Con reflejo también de las infraestructuras sanitarias y repaso a sus hospitales, centros de salud y espacios sociosanitarios acotados como residencias. En una descripción panorámica que incluye la población media atendida por cada oficina, las farmacias ubicadas en su área de influencia como competencia intrasectorial, el grado de madurez digital alcanzado y el volumen de venta de productos de autocuidado, junto a especializaciones declaradas tan significativas y de peso en la cuenta de resultados como dermofarmacia y nutrición.

### Las gentes y sus territorios

La red nacional de farmacias, vista en su conjunto, arroja también mucha luz como la suma de sus partes al centrar la atención en las oficinas de las dos regiones aquí comparadas. Una red que en su conjunto ya suma 22.198 farmacias abiertas al público para atender de forma esmerada cada una de ellas a una media de 2.135 ciudadanos y clientes potenciales. Un modelo de prestigio en el contexto mundial concebido para ofrecer servicios profesionales y proveer de medicamentos a 48.692.804 habitantes, según la última estadística continua de población (ECP) publicada por el INE al 1 de abril de este año, tras un crecimiento poblacional estimado de 459.615 personas. Cuando las comunidades que experimentaron una mayor subida en su población fueron Melilla (0,65 %), la Comunidad de Madrid (0,44 %) y la Comunidad Valenciana (0,41 %). De igual modo, y al presente, la densidad de población en el país es de 93 personas por km<sup>2</sup>.

La Comunidad Valenciana reúne a 5.319.448 habitantes con el 10,9 % del total de la población española, lo que convierte este territorio en la cuarta región del país en número de residentes. La comunidad autónoma creció un 0,36 % en población durante el primer trimestre de 2024 con respecto al trimestre anterior, es decir, el doble que la media nacional (0,17%). A la vez que presenta actualmente una densidad de población de 229 habitantes por km<sup>2</sup>, notablemente superior a la propia del conjunto de España y el resto de las comunidades autónomas. Hasta 2023, la región ofrecía una edad media para los varones de 42,9 años y de 45,3 para las mujeres residentes en su territorio. Dentro de una superficie de todo el Estado de 506.030 km<sup>2</sup>, el territorio comunitario valenciano se despliega en sus tres provincias a lo ancho de 23.255 km<sup>2</sup>, por lo que se coloca como octava región más grande con el 4,59% de la superficie total

del país y, por tanto, a media tabla. Se trata de un territorio bastante poblado por su extensa condición ribereña al Mediterráneo que explicó la densidad de población de Mislata (Valencia) cuyo récord nacional en 2021 fue de 46.323 habitantes por km<sup>2</sup>.

Respecto a la potencia de su sector, da espacio a 2.355 farmacias, que suponen el 10,6 % de toda la red nacional, al colocarse por detrás de regiones como Andalucía (3.880), Cataluña (3.245) y la Comunidad de Madrid (2.914) y por delante del resto de territorios por número de oficinas. Lo que permite a sus territorios atender a una población media de 2.148 personas por establecimiento.

La provincia de Valencia ocupa el lugar central de la Comunidad Valenciana y es sede de su capital regional. Ocupa una extensión de 10.763 km<sup>2</sup>, con una población de 2.656.841 habitantes distribuidos en 266 municipios, y se constituye así la tercera provincia más poblada del país. Las farmacias valencianas con nombre propio son 1.242 oficinas, que representan el 5,59 % del país, para dar servicio a 2.085 usuarios en la zona correspondiente a cada establecimiento como media.

Lindante al norte con la anterior, la provincia de Castellón se extiende por 6.612 km<sup>2</sup>, dispone de 135 municipios incluida su capital, Castellón de la Plana, y acumula una población de 604.086 habitantes, con una población de 91,36 habitantes por km<sup>2</sup> levemente inferior a la nacional. 304 son las farmacias de su territorio, es decir, el 1,36 % de la red estatal, encargadas de atender y dar buenos consejos a 1.931 ciudadanos por establecimiento.

Por su parte, y al sur de la provincia de Valencia, la de Alicante, empezó 2024 con 1.993.338 habitantes, lo que supuso sumar 38.070 más que el año anterior. Se trata de una provincia bastante superpoblada, con una densidad de 316,2 hab/km<sup>2</sup> en un espacio total de 5.816 km<sup>2</sup>. Además, Alicante cuenta con 809 farmacias (3,6 %) para una población atendida de 2.326 personas.

En lo referente a la Región de Murcia, en ella habitan 1.569.706 personas, convirtiendo su territorio en el décimo más poblado de todo el país, en su caso con una densidad de población de 139 habitantes por km<sup>2</sup>, bastante superior a la media de España y el resto de las comunidades autónomas. Se extensión abarca 11.314 km<sup>2</sup>, que otorgan a su territorio el 2,2 % del total del territorio estatal como novena región por extensión en el país, precisamente por detrás de la Comunidad Valenciana y por delante de Asturias y Navarra, que comparten

cada una el 2,1 % de toda la superficie estatal. Dentro de estos parámetros de geografía física y humana, la Región de Murcia dispone de 581 farmacias, en lo que supone el 2,61% de la red estatal, con una población adscrita por oficina de 2.614 personas como promedio.

## Cuando la edad sí importa

La edad en todas sus etapas es un rasgo importante para conocer la marcha empresarial de las farmacias, algo esencial al analizar la estructura de la población en promedio para el área de influencia de cada farmacia en su territorio. Conjunto de personas que por establecimiento y para todas las generaciones suman 1.567 personas en todas las edades para el conjunto del país. De ellas, el grupo más joven corresponde a la 'generación Z', formada por los que acaban de nacer y, año a año, aún no suman los 21 años. Por delante se sitúan ser los *millenials*, con edades que todavía no van más allá de los 40 años. Más veteranos y en esa indefinible primera o segunda madurez están las personas pertenecientes a la 'generación X', cuyos años de vida

vivida van de los 45 a los 51, en espera de muchos más. En la estela de los *babyboomers*, que es el grupo poblacional más nutrido, por encontrarse entre los 52 y los 71 años. En la mayoría de los casos para sumarse a la más veterana generación denominada 'silenciosa' por la suma más prolongada de sus años, una vez que superaron los 72 años. Cinco estratos de vida y convivencia con las farmacias que, como media en España, se distribuye entre 292 miembros de la 'generación Z', 363 *millenials*, 254 integrantes de la 'generación X', 423 *babyboomers* y 236 personas de mayor veteranía.

En la Región de Murcia se supera ampliamente la media estatal con una población atendida que alcanza los 1.980 usuarios por farmacia como media regional, con una vitalidad demográfica que permite a su territorio dar servicio a 433 miembros de la 'generación Z', bastante por encima en número de los 240 representantes de la 'generación silenciosa', aunque este grupo se engrosará en los próximos tiempos con parte de sus actuales 495.

Diferente se aprecia la situación en la Comunidad Valenciana donde, aunque se supera la media estatal, con 1.686 personas en el área de cada farmacia, igualmente con tendencia al alza, la distancia es más corta entre los mayores (250) y los miembros de la 'generación Z' (319), aunque en ambos casos bastante por debajo de los *babyboomers* (458). En el caso de la provincia de Valencia, de su población por área de influencia de 1.713 personas, 321 son hijos de la 'generación Z' y 256 de la 'silenciosa', mientras que los *babyboomers* ya ascienden a 465. A diferencia de Castellón, donde cae la población atendida a 1.507 personas, con los grupos más reducidos en todos los tramos. Frente a Alicante, donde la población por área de influencia sube otra vez, con 1.712 usuarios, y suma mayor número de personas por tramo a excepción de entre los *babyboomers* y los miembros de la 'generación X'.

## Tipologías domiciliarias

Tan importantes como los tramos de edad, y muy directamente relacionados con ellos muchas veces, Shoppertec también disecciona los domicilios del país en función de su capacidad de gasto, que hoy se sitúa en los 13.819 euros como media por hogar. Espacios habitacionales que dan techo, igualmente como promedio, a 2,5 habitantes cuando no se trata de hogares unipersonales, cuyo número actualmente asciende al 26 %.

EN LA REGIÓN DE MURCIA

HAY 25 FARMACIAS

AUTORIZADAS PARA

VENTA ONLINE, UN 48 %

CON PÁGINA WEB



El perfil de hogar por área de influencia de cada farmacia de la Región de Murcia desciende a los 11.814 euros en una tendencia inequívocamente descendente, dando cobijo a 2,65 personas por cada hogar, como marca cierto carácter más joven de su población y con un punto menos de domicilios en los que solo vive una persona (20 %) también por la misma razón.

Dentro de la Comunidad Valenciana las familias disponen de 12.603 euros para su gasto. Se trata de hogares en los que habitan 2,42 personas, a excepción del 25 % de los domicilios donde solo vive una persona. En la provincia de Valencia los números se acercan más a la media nacional, aunque de lejos, porque la renta disponible para gasto solo llega a los 13.106 euros, con un 25 % de los domicilios unipersonales y 2,41 habitantes por dirección postal. La capacidad de gasto cae en Castellón a los 12.788 euros, con un 27 % de hogares con personas que viven solas, y 2,33 moradores por cada casa. Mientras que, en Alicante, la renta se detiene en los 11.578 euros con una cuarta parte de hogares unipersonales y 2,46 personas por hogar.

### Cobertura y capilaridad

Al ser la capilaridad del modelo estatal de farmacias paradigma y ejemplo a seguir por muchos países, también es justo acotar en qué medida contribuyen a ello las dos regiones comparadas en este análisis. Al tomar como punto de partida el número medio de oficinas de farmacia que existen en España y que desde hace un tiempo se mantiene en seis establecimientos como competencia más próxima y con respeto a la distancia mínima entre farmacias. Un número que se mantiene para la Comunidad Valenciana, aunque con diferencias provinciales para Valencia (7), Alicante (6) y Castellón (5). Mientras que para la Región de Murcia se mantiene ese último número inferior al promedio nacional.

También es reseñable el número de farmacéuticos que atienden a la ciudadanía por farmacia, con una media actualmente fijada en los 2,5 profesionales. Un valor que no se alcanza en la Comunidad Valenciana, por quedarse en 2,4, ni en Murcia, donde aún se reduce más (2,2). Aunque en tierras valencianas oscilan entre la provincia que incluye su capital, con 2,6 farmacéuticos por oficina, frente a 2,1 en Alicante y 1,7 en Castellón.

### Los otros niveles asistenciales

Conocer las farmacias, como puntos de salud de mayor proximidad al ciudadano, también precisa analizar el resto de equipamientos sanitarios, al tomar como referencia los 921 hospitales, 3.135 centros de salud y 5.567 de los que está dotado el país en todo su territorio. Potencia asistencial de la que corresponden 68 hospitales a la Comunidad Valenciana, además de 285 ambulatorios y 325 centros sociosanitarios, con mayor proporción en la provincia de Valencia, que suma 34 hospitales, 140 centros de salud y 187 residencias, frente a peculiaridades como que solo hay ocho hospitales en la provincia de Castellón, alejados de los 26 de Alicante. Se trata, por tanto, de una región con un gasto sanitario per cápita de 1.643 euros, inferior a la media nacional de 1.766,72 euros, aún habiendo crecido un 4,8%. Gasto sanitario que, en su capítulo farmacéutico, se sitúa en los 269,68 euros, superiores a los 253,07 del promedio estatal, después de haber aumentado 4,85% para la región levantina.

En el caso de la Región de Murcia, con menor población y territorio que la comunidad autónoma comparada, existen 27 hospitales, 85 ambulatorios y 62 residencias. Dentro de un presupuesto para gasto sanitario que supera el nacional con 1.890,05 euros y una subida del 8,39%. Mientras que su gasto farmacéutico alcanzó los 277,99 euros tras elevarse un 6,32%.

### Mejor futuro digital

A la espera de que se confirme que el temor de muchos farmacéuticos a Amazon es fundado o no, se mantienen otras incógnitas que hay que despejar, como son la fuga de dispensaciones a canales competidores como puede ser la parafarmacia, por ejemplo, e incluso las otras farmacias que van por delante en venta online. De ahí la necesidad de prestar atención a todo lo que tiene que decir *Google My Business* sobre ventas online, presencia web y uso de las redes

sociales dentro del sector. En un momento como el presente en el que existen 730 farmacias autorizadas por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) para vender *online* productos de salud no sujetos a prescripción médica; con un 40 % de farmacias que tienen página web corporativa activa y un 32 % dinámicas dentro de las redes sociales (RR. SS.), dándose casos de establecimientos que tienen una, dos o tres de estas funcionalidades.

Así, la Comunidad Valenciana dispone de 126 farmacias capaces de hacer ventas a distancia, con 47 % de oficinas con portal a internet y un 41 % de sus establecimientos con redes sociales activas. Con un empate en número de farmacias con venta online para Alicante y la provincia de Valencia (59), y liderazgo de Alicante en redes sociales (46%) y webs (51%). Mientras que en la Región de Murcia solo hay 25 farmacias autorizadas para venta online, un 48 % con página web y un 38 % con RR. SS.

### Con nutrición y por la piel

Además de especializadas en atención esmerada, consejo acertado y dispensación esmerada, existen dos áreas de actividad que Shoopertec considera esenciales para conocer el carácter monográfico de las oficinas por su volumen de ventas. Se trata de las áreas de nutrición y cuidado de la piel (dermo), dos facetas de las farmacias que, a escala estatal, están cubiertas por el 17 % y el 18 % de los establecimientos, respectivamente. Unas actividades de alta especialización que, en cualquier caso, son plenamente compatibles con otras como pueden ser, por ejemplo, el cuidado de la visión, la ortopedia o la farmacia veterinaria.

En el caso de la Región de Murcia, las oficinas especializadas en dermofarmacia se alejan de la media nacional porque apenas suponen el 13 %, junto a una situación igualmente inferior al disponer solo el 11 % de ellas de especialización en nutrición. Una situación levemente mejorada pero no mucho en los establecimientos del sector en la Comunidad Valenciana. Ciertamente, y con diferencias provinciales, únicamente el 13% de sus farmacias declaran estar especializadas en dermo, mientras que el 14 % lo acredita en nutrición. Datos que para el territorio de Alicante se igualan en ambos casos al 14 %, como la nutrición en la provincia de Valencia y no así sus farmacias especialmente dedicadas a dermofarmacia, que reducen su número hasta el 13 %. Existiendo más contraste en Castellón,

LA PROVINCIA DE VALENCIA CONCENTRA LA MITAD  
DE HOSPITALES Y CENTROS ASISTENCIALES  
DE SU REGIÓN

EN LA REGIÓN DE MURCIA  
HAY 25 FARMACIAS  
AUTORIZADAS PARA  
VENTA ONLINE, UN 48 %  
CON PÁGINA WEB  
Y UN 38 % CON RR. SS.

donde se alcanza la media del país en nutrición (17 %) pero no la de dermo, que se queda en un alejado 11 %.

### Más a ganar con el autocuidado

Consciente de que es motor de mercado, motivo para abrir las cajas registradoras y así poder ofrecer más opciones a clientes y futuros pacientes, Shoppertec también concede la mayor atención a la evolución del mercado de *Consumer Health* (CH), a través del cual los ciudadanos pueden prevenir la enfermedad y participar activamente en la promoción de la salud.

Esto explica el cálculo que realiza periódicamente la consultora especializada en mercados farmacéuticos para tomar el pulso a estas ventas según una tipología *ad hoc* de farmacias. Con el Índice de Actividad de Marca (IAM) describe el desempeño en CH mediante la

auditoría de las 153 marcas de autocuidado más importantes producidas y comercializadas por los 96 laboratorios más potentes en el área. Índice al que se llega con una escala que va del 0 al 100 y una clasificación que establece cinco categorías etiquetadas de la 'A' a la 'E'. Las farmacias del primer grupo ('A') son aquellas con todas las marcas en su rebotica, mientras que las oficinas 'E' no disponen de ninguna de esas 153 marcas emblemáticas, con renuncia por ello a ingresos por este concepto.

Según esta clasificación, la Región de Murcia supera en varios puntos las farmacias más dotadas de productos de CH, con un 15 % de sus farmacias que son tipo 'A', frente a un 11 % de oficinas 'E'. Por su parte, y en tierras de Valencia como región, esa proporción se eleva al 20 % de farmacias 'A' en contraste con el 16 % de las farmacias 'E', con posiciones más repartidas en 'B' (23 %), 'C' y 'D' (21 %). Con la paradoja de que la provincia de Valencia empata en farmacias 'A' y 'E' con un 16 %, en comparación con Alicante, que supera en diez puntos con sus farmacias 'A' (24 %) a sus establecimientos 'E'. Con reserva de la mayor variación para Castellón, en cuyo término provincial hay un 21 % de farmacias 'A' y un todavía muy holgado 27 % de farmacias 'E' ajenas a las posibilidades comerciales del autocuidado.

### Mirando a Levante

Con una diferencia de 551 km<sup>2</sup> en superficie entre la región de Murcia y la provincia de Valencia, sin contar las de Alicante y Castellón, es lógico comprender que las realidades geográficas y económicas de las dos comunidades autónomas comparadas acumulen diferencias dentro de sus respectivas poblaciones y redes de farmacias. Aun estando bañadas por un mismo mar y siendo beneficiadas en ambos casos por las dinámicas entre costa e interior, destacan elementos como el declive poblacional de Castellón o que Murcia supere la media estatal en gasto, tanto sanitario como farmacéutico, probablemente por ser una región con menos renta disponible que la valenciana y, por ello, con más necesidades de soporte público a la salud.

Así mismo, y a hilo de las conclusiones aportadas por Shoppertec, las farmacias valencianas y murcianas no deben ceder al desaliento en la antesala de un periodo estival en el que el turismo nacional e internacional multiplicará la facturación de las farmacias con mayor número de semanas de buen tiempo y mayor necesidad de protección solar, por ejemplo. Por tratarse de un sector con gran soporte industrial innovador y capacidad de desligarse de una marcha desfavorable de la economía con mejores números contables. Después de un año 2023 que fue bueno para las farmacias y que también promete serlo para las oficinas en términos de facturación, por precio y demanda, proclives a una correcta rentabilidad. +

EL PORTAL DE EMPLEO  
GRATUITO PARA LA  
FARMACIA COMUNITARIA



¿Quieres trabajar en una farmacia?  
¿Tienes una vacante?  
**iCrea tu perfil!**

## 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. VALENCIANA</b>	<b>1.686</b> ↑	<b>319</b> ↑	<b>382</b> ↑	<b>277</b> ↑	<b>458</b> ↑	<b>250</b> ↑
ALICANTE	1.712 ↑	329 ↑	392 ↑	278 ↑	464 ↑	249 ↑
CASTELLÓN	1.507 ↓	287 ↓	330 ↓	248 ↓	411 ↓	231 ↓
VALENCIA	1.713 ↑	321 ↑	388 ↑	283 ↑	465 ↑	256 ↑
<b>C. MURCIA</b>	<b>1.980</b> ↑	<b>433</b> ↑	<b>486</b> ↑	<b>326</b> ↑	<b>495</b> ↑	<b>240</b> ↑



### PERFIL DEL HOGAR EN EL ÁREA

	CAPACIDAD DE GASTO (€)*	TAMAÑO DEL HOGAR	HOGARES UNIPERSONALES
<b>NACIONAL</b>	<b>13.819 €</b>	<b>2,52</b>	<b>26%</b>
<b>C. VALENCIANA</b>	<b>12.603 €</b> ↓	<b>2,42</b> ↓	<b>25%</b> ↓
ALICANTE	11.758 € ↓	2,46 ↓	25% ↓
CASTELLÓN	12.788 € ↓	2,33 ↓	27% ↑
VALENCIA	13.106 € ↓	2,41 ↓	25% ↓
<b>C. MURCIA</b>	<b>11.814 €</b> ↓	<b>2,65</b> ↑	<b>20%</b> ↓

### COMPETIDORES EN EL ÁREA

Nº FARMACIAS COMPETIDORAS
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++++ 6
+++++++ 5
+++++++ 7
+++++++ 5

## EL POTENCIAL DE LA FARMACIA

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

	A	B	C	D	E
<b>C. VALENCIANA</b>	<b>20%</b>	<b>23%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>
ALICANTE	24%	25%	23%	15%	14%
CASTELLÓN	21%	19%	19%	14%	27%
VALENCIA	16%	22%	20%	26%	16%
<b>C. MURCIA</b>	<b>15%</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>28%</b>	<b>11%</b>



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)
<b>NACIONAL</b>	<b>32%</b>	<b>40%</b>	<b>730</b>
<b>C. VALENCIANA</b>	<b>41%</b>	<b>47%</b>	<b>126</b>
ALICANTE	46%	51%	59
CASTELLÓN	35%	44%	8
VALENCIA	39%	45%	59
<b>C. MURCIA</b>	<b>38%</b>	<b>48%</b>	<b>25</b>

DERMO	NUTRICIÓN
<b>18%</b>	<b>17%</b>
13%	14%
14%	14%
11%	17%
13%	14%
<b>13%</b>	<b>11%</b>

## ENTORNO Y GASTO SANITARIO

shopperTec  
Insights & Solutions

## ENTORNO SANITARIO\*

## GASTO SANITARIO 2022\*

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

% Var. 2022/2021	GSP pc (€) 2022
<b>4,63%</b>	<b>1.766,72 €</b>
<b>4,80%</b>	<b>1.643,19 €</b>
C. VALENCIANA	C. VALENCIANA
<b>8,39%</b>	<b>1.890,05 €</b>
C. MURCIA	C. MURCIA

## ENTORNO Y GASTO FARMACÉUTICO

shopperTec  
Insights & Solutions

## LA FARMACIA\*

## GASTO FARMACÉUTICO 2022\*

	OFICINAS DE FARMACIA	POBLACIÓN POR FARMACIA	FCOS. POR FARMACIA
<b>NACIONAL</b>	<b>22.198</b>	<b>2.135</b>	<b>2,5</b>
<b>C. VALENCIANA</b>	<b>2.355</b>	<b>2.148</b>	<b>2,4</b>
ALICANTE	809	2.326	2,1
CASTELLÓN	304	1.931	1,7
VALENCIA	1.242	2.085	2,6
<b>C. MURCIA</b>	<b>581</b>	<b>2.614</b>	<b>2,2</b>

% Var. 2022/2021	GFP pc (€) 2022
<b>4,93%</b>	<b>253,07 €</b>
<b>4,85%</b>	<b>269,68 €</b>
C. VALENCIANA	C. VALENCIANA
<b>6,32%</b>	<b>277,99 €</b>
C. MURCIA	C. MURCIA

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

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

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

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