



Adefarma y AFB trabajan para potenciar los productos de parafarmacia a través de la política de precios

La asociación empresarial de oficinas de farmacia de Madrid (Adefarma) visitó a su homóloga en Barcelona, la AFB, en el marco del Curso Superior de Gestión Empresarial de Oficina de Farmacia que ofrece AFB junto con Esade, con la colaboración de Alliance Healthcare, para intercambiar experiencias y conocer de primera mano nuevas herramientas que va a poner en marcha la empresarial catalana en torno la política de precios de los productos de venta libre.

Estos proyectos tienen como objetivo facilitar a los titulares de farmacia información sobre el mercado de los productos de parafarmacia y poder sacarles el máxi-

mo rendimiento. De este modo, se pretende dar respuesta al interés de muchos de sus asociados por potenciar estos productos en sus establecimientos, especialmente en los actuales momentos de dificultad económica.

Una de estas iniciativas permitirá, a través de Internet, prestar ayuda y soporte al farmacéutico para conocer el precio de estos artículos fuera del canal farmacia. Otra de las herramientas, que está preparando la AFB en colaboración con Alphega Farmacia (de Alliance Healthcare), permite a la farmacia comparar su política de precios con la información media del mercado farmacéutico de parafarma-

cia, tanto de la propia zona de referencia como de toda España.

Los representantes de Adefarma que acudieron a la presentación de estos proyectos, su presidenta, Alexia Lario, y su vicepresidente, Antonio López Domínguez, mostraron interés en ambas iniciativas y estudiarán la posibilidad de su implantación en las farmacias madrileñas.

Ambas empresariales profundizaron sobre posibles acciones conjuntas a desarrollar, junto con el resto de agrupaciones socias de la Federación Nacional de Oficinas de Farmacia (FENOFAR), en lo que supone un reforzamiento de las relaciones entre sus miembros. ■