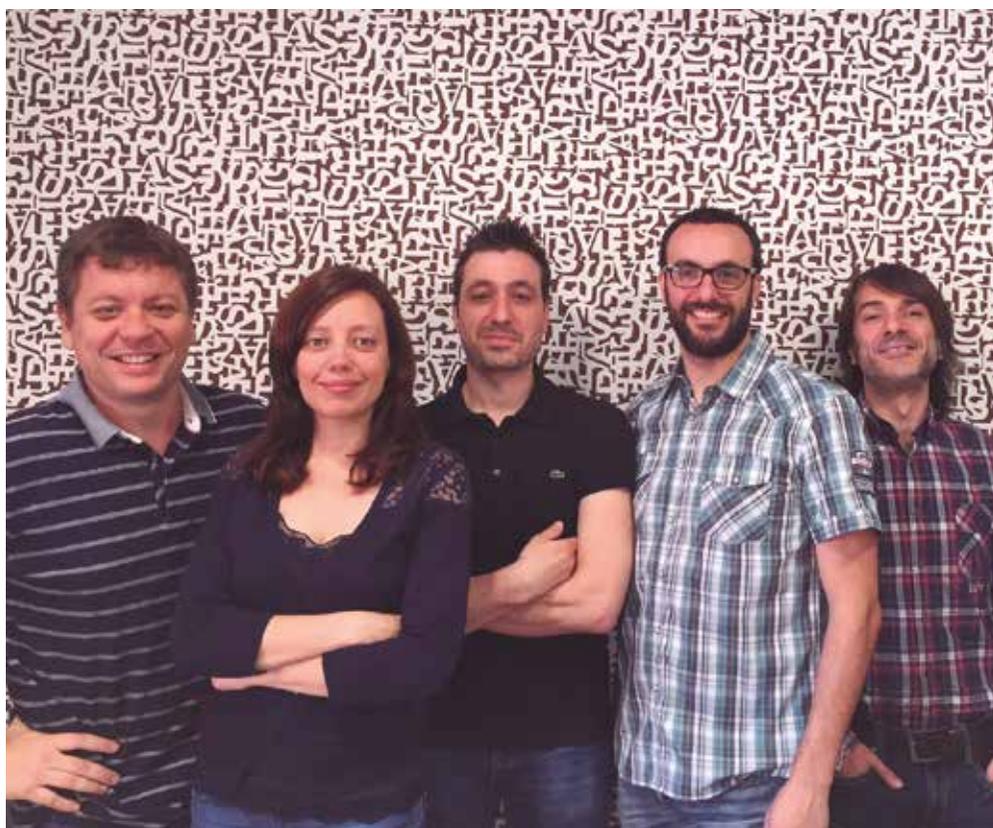


El valor añadido de AMC Gestión Personalizada es su cobertura jurídico-legal

SUS PROFESIONALES DISEÑAN A MEDIDA TIENDAS ONLINE. TIENEN EL SOPORTE DE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIÓN DE FARMACIAS DE CATALUÑA (FEFAC) Y NORMATIVAMENTE ESTÁN A LA ÚLTIMA. SU VALOR AÑADIDO ES LA COBERTURA JURÍDICO-LEGAL QUE OFRECEN. AMC GESTIÓN PERSONALIZADA CUENTA CON 15 AÑOS DE EXPERIENCIA Y MÁS DE 500 PROYECTOS DE APLICACIONES Y PÁGINAS WEB. SE ESPECIALIZÓ EN EL SECTOR DE LA FARMACIA HACE DIEZ.



La suya no es una mera plataforma online sino una plataforma con asesoría jurídica detrás. **Boris Arroyo**, del Grupo de Gerencia de AMC Gestión Personalizada, que en 2015 ha cumplido sus 15 años como empresa de diseño Web, relata que desde hace diez años desarrollan productos corporativos para farmacias. También intranets. Hace cuatro años, empezaron a diseñar tiendas online de parafarmacias. "Hemos visto cierta necesidad en las farmacias por el tema económico. Los farmacéuticos han querido buscar nuevos horizontes de negocio, como la tienda online", declara. Montaron una plataforma propia para facilitar el sincronizar con la tienda online la gran cantidad de referencias que había –y hay–. "Hacer importaciones y exportaciones tal y como estaban montadas las plataformas de terceros era muy problemático. Buscamos fotografías. No había un banco de imágenes de parafarmacia", explica. Ahora disponen de unas 15.000.

AMC Gestión Personalizada colabora desde hace tiempo con la Federación de Asociación de Farmacias de Cataluña (Fefac), a quien provee sus servicios. *“Nos ayudaron a tener una cobertura jurídico-legal sobre lo que se puede vender, sobre los textos que tienen que salir, sobre el tema de protección de datos,... Todo lo referente a la parte legal de la tienda online de parafarmacias. Eso nos ha dado una cierta fuerza en el mundo de la parafarmacia online”,* asegura. *“Nuestro valor añadido es la cobertura jurídico-legal que tenemos gracias a la Fefac, no sólo a la hora de montar tiendas online”,* insiste Arroyo. Al estar al día de la normativa, han podido brindar un servicio técnico jurídico a aquellas farmacias que estaban interesadas en solicitar cierta subvención, por ejemplo. *“Respecto a medicamentos, estamos muy informados de cada paso que se da en cuanto a la venta por Internet. Ahora, con OTC”,* subraya. *“También servimos de asesores tecnológicos a la Fefac”,* matiza.

Premium, Lite, Lite + OTC

Unas 60 farmacias repartidas en toda España son clientes. El producto estrella de AMC Gestión Personalizada es el que denomina Farmacia Premium. Con esta modalidad, se tiene todo por 220 euros al mes: carga automática de todos los productos, la tienda online está conectada al programa de gestión de la farmacia, Hosting, mantenimiento, SEO, etcétera. Ahora incluye, junto a la tienda online de parafarmacia, la tienda online OTC gratis. La tienda online se sincroniza diariamente y automáticamente con el programa de gestión. Así se muestran únicamente aquellos productos que la farmacia tiene en stock o que su mayorista tiene en stock.

Además, se completa con una Web corporativa sobre la farmacia, su historia, su equipo, redes sociales y eventos, entre otras cosas. *“No utilizamos planillas. Es totalmente personalizada. Una Web a medida con los servicios que ha pedido el cliente”,* informa.

El servicio Lite cuesta 120 euros al mes con tienda online de parafarmacia y 145 euros al mes con tienda online de parafarmacia y con tienda online de OTC. En estas dos opciones se cargan hasta 1.000 productos. Por otro lado, hay farmacias que quieren sólo la Web corporativa. *“Nos adaptamos a lo que la farmacia necesita”,* repite Arroyo.

En el caso de la tienda online OTC, AMC Gestión Personalizada comunica a sus clientes cualquier novedad que se produzca en la AEMPS. Cumpliendo con la ley, un visitante, durante el proceso de compra, puede solicitar asesoría farmacéutica. Tanto en la

**“RESPECTO A MEDICAMENTOS,
ESTAMOS MUY INFORMADOS DE
CADA PASO QUE SE DA EN CUANTO
A LA VENTA POR INTERNET”**

Responsive

Las tiendas online desarrolladas por AMC Gestión Personalizada son responsive. Es decir, se adaptan de forma automática a ordenadores, tablets y móviles. En estos momentos, están trabajando en una aplicación (app) para dispositivos móviles.

de OTC como en la de parafarmacia, los productos se muestran clasificados en un árbol de familias de fácil comprensión para el comprador.

Hay posibilidad de hacer descuentos por producto, familia o a nivel global. Del mismo modo, se pueden hacer promociones con recogida en tienda. De esa manera, el farmacéutico puede premiar al cliente online pero éste acudirá a la farmacia física. Eso ayuda a los clientes de proximidad.

Gradualmente, han ido añadiendo servicios, como generar cupones descuento en el transporte o el de adaptación de modo vacaciones. *“Hemos ido generando diferentes funcionalidades que le sirven al farmacéutico para el día a día. La mayoría de los clientes tiene el Premium, empezando así*

con toda la artillería. Sólo hay un 10% que comienza con lo básico. Las farmacias saben que ahora mismo sólo vender medicamentos no es negocio. Todas tienen los mismos medicamentos, las mismas descripciones y los mismos precios. Están todas dispensando los medicamentos igual que la farmacia de al lado. En la parafarmacia es diferente, es más fácil competir porque tú te especializas”, considera Arroyo. De acuerdo con sus palabras, los resultados logrados con la tienda online dependen de la implicación de la farmacia. Los clientes de AMC Gestión Personalizada no tienen permanencia. *“Dejamos la puerta abierta. Eso ayuda a la farmacia a decidirse para que vea que no queremos esclavizarla, para que vea que hay un esfuerzo de trabajo y de hacer negocio”,* manifiesta Arroyo. Eso sí, recuerda que el factor precio es importante para captar clientes. *“A partir de que el cliente compre por primera vez, tú tienes que dar un buen servicio de atención, de entrega del pedido. El que vaya a comprar parafarmacia por segunda vez, probablemente no acudirá a Google sino directamente a la Web, para ver si tu tienda online tiene el producto que busca. Es muy probable que repita la compra si le ha ido bien la primera vez”,* expone.

A los farmacéuticos reticentes a meterse en Internet les dice que están delante de una oportunidad para abrir su horizonte de negocio. *“La parafarmacia física está perdiendo mucha fuerza. Hay grandes superficies que venden parafarmacia. La única manera de competir es con la parafarmacia online. El que esté más metido en Internet será el que se lleve un trozo de tartamás importante. El que llegue el último se encontrará con más competencia e inexperience”,* advierte. +