



Rafael de Federico, hasta la fecha director comercial y de Marketing de ARX-Rowa, se ha incorporado a Evolufarma como director de la plataforma de marketing relacional. Rafael de Federico entra en el capital de la compañía, elevando éste hasta los 322.535 euros.

Ingeniero superior por la Universidad Politécnica de Madrid, Rafael de Federico entra como socio en Evolufarma para encargarse de la dirección comercial, cargo que ya desarrollara con éxito durante dos años en ARX-Rowa, y gracias al cual ha podido conocer de primera mano el sector de la oficina de farmacia española.

De esta manera, se suma así a un completo equipo que pretende ser un referente en sector farmacéutico, ayudando al desarrollo y la evolución de las oficinas de farmacia, para permitirles competir con éxito en un mercado cada vez más complicado debido a las caídas de precios, márgenes, impagos de las autonomías y cambios legislativos, logrando de esta manera que la farmacia comunitaria sea rentable para dar el mejor servicio al ciudadano.

De esta manera, la composición accionarial de Evolufarma se amplía hasta los 322.535 euros, lo que supone todo un hito, ya que la compañía apenas lleva dos meses en el mercado. Los socios y cuadro directivo de Evolufarma queda compuesto por Luis Arimany, CEO; Daniel Garzón, CTO; Iván Rivera, responsable de Desarrollo, y Rafael de Federico, que ocupará el cargo de CCO.

Sobre Evolufarma

[Evolufarma](#) nació en febrero de 2013 con el objetivo de ayudar a la farmacia individual a competir con las grandes empresas con las mismas herramientas, logrando incrementar las ventas mediante la fidelización de los clientes a través del uso de las nuevas tecnologías con las que lograr dar nuevos servicios. Evolufarma se lanzó al mercado español en la última edición de Infarma, feria sectorial más importante de Europa, donde generó un gran interés y una excelente acogida en el mercado.

Concebida como una empresa de tecnología que quiere ayudar a las farmacias a crecer y fortalecerse, entre los servicios de Evolufarma también se encuentra llevar a la Farmacia el Marketing web 2.0, de tal manera que el cliente sólo tenga que preocuparse por su negocio. **FV**

{jcomments on}