EL MERCURIO

Fecha: 19/06/2025 Audiencia: 320.543 Sección: ESPECIALES
Vpe: $7.396.299 Tirada: 126.654 Frecuencia: SEMANAL
Vpe pág: $20.570.976 Difusión: 126.654
Vpe portada: $20.570.976 Ocupación: 35,96%

SEGÚN RANKING B-BRANDS EN CHILE:

Dr. Simi se consolida como marca líder en sostenibilidad e impacto social

La marca ha trascendido la venta de productos para convertirse en un actor social relevante en el ecosistema chileno, un ejemplo claro de que el impacto positivo y el negocio no solo pueden convivir, sino reforzarse mutuamente.

La marca Dr. Simi, ampliamente conocida en Chile por su cercanía y compromiso social, fue nuevamente reconocida en el *ranking* B-Brands como líder del sector *retail*. Este estudio —el primero en su tipo en el país— mide la percepción ciudadana sobre las marcas que no solo entregan valor económico, sino que también contribuyen activamente a su entorno y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

"Lo valioso de este estudio es que surge desde las personas, desde cómo viven y perciben el vínculo con las marcas", señala Hugo Silva, gerente general de Farmacias del Dr. Simi.

Ser destacados por tercer año consecutivo confirma que la marca está logrando un impacto real, visible y alineado con los valores sociales actuales. Para Farmacias del Dr. Simi, no se trata solo de visibilidad, sino de una responsabilidad creciente de seguir actuando con propósito, de forma coherente y cercana.

COMPROMISO TRADUCIDO EN ACCIONES CONCRETAS

Uno de los factores clave que explican el posicionamiento de Dr. Simi en este *ranking* ha sido la consistencia entre lo que promete y lo que ejecuta. Políticas como los precios justos en medicamentos, el despliegue de equipos en terreno, y programas como Punto Desecha Seguro y SíMiPlaneta —que promueve jornadas de limpieza y educación ambiental— son ejemplos de cómo la marca busca responder a necesidades concretas con acciones tangibles.

Todo esto es posible gracias a un equipo humano profundamente comprometido, que ha asumido como propio el propósito de generar impacto positivo en las comunidades.

"Eso se nota, y las personas lo reconocen", enfatiza el ejecutivo.

DR. SIMI

La estrategia de Dr. Simi demuestra que es posible equilibrar resultados comerciales con impacto social y ambiental.

SOSTENIBILIDAD COMO PARTE DEL MODELO DE NEGOCIO

Lejos de tratar la sostenibilidad como una campaña de imagen, Dr. Simi ha integrado los ODS como una parte estructural de su estrategia de negocio. Esto se traduce en decisiones operativas que favorecen el acceso equitativo a la salud, eficiencia energética, reducción de residuos y mejora continua de su logística. Además, la empresa cuantifica el impacto de sus acciones mediante indicadores específicos que miden trazabilidad, circularidad y desempeño operativo.

"Esta visión nos permite ir más allá de lo simbólico y avanzar con claridad hacia un modelo más sostenible y responsable. Este enfoque ha sido clave para mantener la confianza del público en un contexto donde los consumidores exigen cada vez más compromiso y coherencia a las marcas", señala Hugo Silva.

EQUILIBRIO ENTRE NEGOCIO Y PROPÓSITO

La estrategia de Dr. Simi demuestra que es posible equilibrar resultados comerciales con impacto social y ambiental. Su operación se extiende a lo largo de todo Chile, con una fuerte presencia en zonas vulnerables y en contextos de emergencia.

"Conciliar lo comercial con lo social y ambiental forma parte de nuestra manera de hacer empresa. Esta mirada integral se sostiene con una operación eficiente y mediciones constantes que nos permiten actuar con coherencia frente a lo que creemos y lo que las personas esperan de nosotros", sostienen, reafirmando que el propósito es parte estructural de su modelo de negocio.

El trabajo comunitario, la educación ambiental y el acceso a servicios de salud esenciales son algunos de los frentes donde la empresa concentra sus esfuerzos. Todo esto, sin descuidar la eficiencia y la sostenibilidad de su operación.

"Nos llena de orgullo saber que lo que construimos nace en un ambiente de respeto, cariño y compromiso genuino con quienes más nos necesitan. El verdadero premio es trabajar con personas que creen, que luchan y que ponen el alma en lo que hacen", concluyen.

CONFIANZA, COHERENCIA Y PROPÓSITO: EL CORAZÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL

El estudio B-Brands destaca como pilares fundamentales la confianza, la coherencia y el propósito. En Dr. Simi, estos valores se construyen desde adentro, a través de una cultura corporativa centrada en la acción, la cercanía y la mejora del bienestar de las personas.

Esta lógica interna es la que permite que la experiencia del cliente en cada farmacia refleje el propósito institucional: la continuidad y coherencia entre lo que se vive dentro de la empresa y lo que se proyecta hacia fuera ha sido clave para mantener la vigencia de la marca y su conexión emocional con el público.