

Ya son la segunda cadena en el país con 487 locales

CEO DE DR. SIMI, DESDE MÉXICO: "Producir en Chile es una idea que no descartamos"

Victor González Herrera, presidente e hijo del fundador del grupo mexicano GPUPM, sostiene que su presencia en el país "impide que la competencia pueda seguir subiendo sus precios". Compró una isla en el archipiélago de Las Guaitecas y planea una expansión ambiciosa para su operación en Chile. Y, este año, su "signature store" traerá al icónico Dr. Simi en peluches, poleras y *souvenirs*. • GUILLERMO V. ACEVEDO

Es el rostro de la transición generacional en el grupo farmacéutico más importante de México, y que tiene a Chile como uno de sus mercados más pujantes.

En su primera entrevista con un medio chileno, Víctor González Herrera, presidente ejecutivo del Grupo Por Un País Mejor (GPUPM), nos cuenta vía remota desde su casa en Ciudad de México por qué Chile es el único país donde el "modelo Simi" ha sido exitoso fuera de México. "El sistema y las cosas funcionan como debe ser, no hay corrupción como en otros países, aunque sí está más regulado", comenta.

Ya suman 487 farmacias en Chile. Esperan cerrar el año superando los 500 locales y llegar a 600 en 2025. La cifra actual sobrepasa en número a Salcobrand (305) y Ahumada (427). Solo Cruz Verde (700) tiene mayor participación en número de locales.

González adelanta, además, que importarán nuevos modelos de negocio que ya funcionan en México, como la "Colonia Simi", un proyecto que se dedica a transformar barrios vulnerables, o el "Signature Store" que traerá este año a Chile el *merchandising* del doctor fono de la cadena.

Hijo del empresario Víctor González Torres, fundador de las Farmacias Similares y precandidato a la Presidencia de México en 2006, Víctor tomó la batuta en diciembre de

2022. Llegó al cargo desde el área de ventas y *márketing*, y hoy lidera la compañía en su nueva fase de crecimiento.

Con 17 años en la empresa, comenta que empezó trabajando como vendedor en una farmacia y luego en un centro de distribución; conoció el negocio por dentro. Más tarde desarrolló el área de *márketing* y redes sociales, diseñó campañas y fue protagonista del crecimiento en los últimos 10 años.

El GPUPM posee varias empresas, siendo Farmacias Similares (Farmacias del Doctor Simi en Chile), la principal. Son también parte del grupo los Laboratorios Best, Transportes Farmacéuticos Similares y Sistemas de Salud del Dr. Simi, Fundación Simi y Fundación Simi Planeta.

En México, además de farmacias, cuentan con centros de distribución, tres plantas donde se fabrican las medicinas (Laboratorios Best), y centros de análisis clínico, pequeños laboratorios de estudios clínicos.

"El negocio nace como respuesta a un problema muy serio en México, que era la falta de acceso a los medicamentos", explica González. El valor promedio de un remedio en México era de US\$ 7,3, el más caro de América Latina.

"Mi familia, antes le vendía productos al gobierno solamente y no había venta de genéricos al público. Desde el nacimiento de Farmacias Similares, mi padre decidió vender los medicamentos y abaratarlos hasta un promedio de US\$ 2. Ahora, alrededor del 90% de la gente en México consume genéricos", dice.

A través de la Fundación Simi Planeta —centrada en proyectos de reforestación y conservación medioambiental— compró una isla en la Patagonia chilena. Se trata de Las Guaitecas en Bahía Melinka, Región de Aysén, para convertirla en una reserva ecológica. Allí estudiarán la captura de CO2 de los bosques presentes en las cerca de 800 hectáreas de la isla, datos que más tarde podrían convertirse en bonos verdes que las empresas requieran para alcanzar la carbono neutralidad.

Más que filantropía, Víctor González



Victor González Herrera vía video conferencia desde México, en su primera entrevista para Chile.

le lo define como "capitalismo consciente" en una empresa que busca ser "social y ecológicamente responsable".

9.776 farmacias entre México y Chile

De sus 9.776 farmacias, 487 están en Chile, el resto en México. De las chilenas, 212 son sucursales controladas por la matriz y 275 gestionadas como franquicias. En 2023 abrieron 69 locales en Chile.

González explica que intentaron abrir en países como Argentina, Perú, y otros en Latinoamérica, y este año comenzar en Colombia, donde "hay una muy buena industria", dice. En todo caso, hasta ahora, el modelo solo ha funcionado en México y Chile.

"La gente en Chile es bastante consciente, muy inteligente, estudiada, entiende el concepto de un genérico o bioequivalente, y se han dado cuenta a lo largo de los años que el doctor Simi ha estado con ellos", afirma.

—¿A qué atribuye el cre-

cimiento que han tenido en Chile?

"Sabíamos que en Chile hubo una situación donde la competencia se puso de acuerdo en los precios. Dr. Simi siempre ha estado en contra de esto y se pone del lado de la gente. Buscamos ser diferentes a la competencia. (...) Es una empresa transparente, no hace ofertas confusas.

En Chile funcionamos como un freno, porque no solamente disminuimos los precios, sino que la competencia no puede seguir subiendo sus precios. Si no estuviera el Dr. Simi, tanto en México o en Chile, la base del precio no sería tan baja, subirían más y más, y los precios serían distintos".

—¿Por qué no se ha replicado el mismo éxito en otros países?

"No hemos tenido esos mismos esfuerzos en otros países. Habíamos dado una franquicia maestra en Perú, pero no nos fue muy bien. Hoy solo tenemos presencia en México y en Chile. Esta semana se dio de alta la empresa en Colombia y creemos que va a ser un éxito.

También abriremos este año en Estados Unidos a través de venta *online* y mediante un distribuidor local. Este año sí nos hemos re-

planteado la expansión".

"Similandia" y el fenómeno de Dr. Simi

Esta semana, González acompañó a un artista mexicano que expuso en el Museo Louvre y que en sus obras representa a la figura del Dr. Simi.

Conocidas son las escenas de artistas que posan con el peluche del Dr. Simi o simis personalizadas, entregados incluso a figuras como el Papa Francisco. De esa manera "Similandia" pasó de ser un concepto a una *signature store*, que produce *merchandising* y *souvenirs* que se comercializan en México. Este año llegarán a Chile.

Otro concepto que evalúan es traer "Colonia Simi" a Chile. Se trata de un proyecto que se dedica a transformar barrios vulnerables con una inversión en centros de salud, deportivos y espacios comunitarios, para disminuir el riesgo social.

—¿Buscarán explorar nuevas áreas o negocios fuera de las farmacias?

"Nos encanta la innovación. Estamos pensando llevar algunos otros modelos que han funcionado en México, como es el caso de Similandia. Otro modelo que estamos iniciando en México y posiblemente podamos llevarlo a Chile es la Unidad de Salud Integral (USI), que incluye muchos más servicios además de la consulta médica.

Nos interesa además, la salud mental. Consolidar nuestra línea de atención psicológica, que cuenta con psicólogos profesionales, y que es gratuita. Buscamos ampliar esa línea, donde actualmente realizamos 700 consultas mensuales en Chile.

También el modelo de análisis clínicos que ya funciona bien en México, aunque aún su instalación en Chile es una idea".

El desafío regulatorio

Su idea de abaratar la salud les ha traído también algunos cuestionamientos. Ejemplo de ellos son los consultorios médicos que acompañan a las farmacias en las calles de México, que han generado miradas divididas por la validez de los diagnósticos.

Este es un modelo que les funciona, pero difícil de implementar en Chile, explica González. "Damos 500.000 consultas al día, más incluso que el Seguro Social del Gobierno en México y son gratuitas".

En Chile esta modalidad no existe pues reconoce que tiene un entorno más restrictivo, "aquí se nos complica el tema de los consultorios", dice.

—¿Cómo han manejado el tema regulatorio?

"México y Chile son países muy diferentes en su legislación. No lo vemos como algo malo, simplemente son diferencias con las que tienes que trabajar.

México es un poco más libre en el sentido de que puedes hacer más cosas comercialmente, Chile es mucho más regulado.

Al mismo tiempo, Chile tiene muchas otras bondades como es que el sistema y que las cosas funcionan como debe ser, no hay corrupción como en otros países, aunque sí está más regulado".

—¿Qué le hace falta a su negocio en Chile?

"Lo que nos hace falta principalmente son más laboratorios, hay una oferta limitada de productos y de laboratorios y de bioequivalentes, entonces sería importante poder generar más industria en Chile.

Todavía no hemos incursionado en llevar un laboratorio (...) Trabajamos en la industria local, aunque producir en Chile es una idea que no descartamos".

En 2023 abrieron 69 locales en Chile. Este año llegarán a 500 farmacias en el país, entre franquicias y propias, y en 2025 esperan alcanzar los 600 locales.



Victor González Herrera, CEO del grupo GPUPM.