

Del escenario al retail: el Dr. Simi conquista a Adele, Lady Gaga y Harry Styles, y ahora va por EEUU



■ La cadena mexicana de medicamentos genéricos llegó a Austin con una tienda online y planes de expansión física en ciudades como Los Ángeles y Houston.

POR DAYANNE GONZÁLEZ

Lo que comenzó como un gesto simpático del público mexicano se ha convertido en una pieza de culto pop. Dr. Simi, la mascota de Farmacias Similares, ya no solo baila afuera de los locales: ahora conquista escenarios internacionales.

La cantante y compositora estadounidense Sabrina Carpenter recibió un muñeco personalizado con su clásico outfit de conciertos durante una presentación; a Lady Gaga le golpearon la cara con uno accidentalmente mientras daba un show en Canadá; Harry Styles bailó en el escenario con dos muñecos en alto; y Adele logró reunir más de 100 ejemplares personalizados durante su estadía en Las Vegas.

“Dios mío, ¿eso es un Dr. Simi? ¡Dame el Dr. Simi!”, gritó la ganadora de 16 Grammy en un video viral mientras recogía otro peluche del público, para luego inmortalizar su colección en un libro conmemorativo.

Este furor espontáneo por el muñeco, que no fue orquestado por la empresa, ayudó a la mayor cadena de farmacias de medicamentos genéricos de México, con más de 9.700 puntos de venta en ese país, dar un paso importante: llegar a Estados Unidos, un mercado al que siempre había querido acceder.

Según Víctor González Herrera, CEO de Farmacias Similares, esta mezcla de humor y cultura pop

se convirtió en pieza fundamental para la marca en esta nueva etapa. “Nos permiten conectar de forma auténtica con distintas generaciones, avanzar sin límites y mantenernos cercanos a las personas, llevando con orgullo nuestra identidad mexicana”, comentó en entrevista con **DEFUD**.

Los planes en EEUU

El 12 de marzo de este año, Farmacias Similares dio el primer paso: abrir una tienda online para clientes estadounidenses, donde ofrecerán unos 200 productos. Entre ellos están medicamentos de venta libre, suplementos, vitaminas, productos de cuidado personal y sus populares muñecos; la versión clásica por US\$ 24 y otro vestido como El Chapulín Colorado, por US\$ 40.

También abrió su primera oficina en la ciudad de Austin, en Texas. “Llegamos a Austin para insertarnos y aportar a la comunidad, además de vincularnos con el desarrollo tecnológico del ecosistema empresarial de la ciudad y el estado. Desde aquí coordinaremos la expansión comercial y las operaciones en el país”, contó el ejecutivo.

En agosto se viene una de las grandes apuestas: abrir una sucursal de Similandia en Hollywood Boulevard, en Los Ángeles. Este tipo de tienda también cuenta con los

típicos productos de farmacia, pero su gran atractivo es que ofrece ediciones limitadas del muñeco, como el peluche vestido como Jedi que se hizo en colaboración con Walt Disney y se vendió el año pasado.

Además, ofrecen calcetines, llaveros, tazones, loncheras, sudaderas, libretas, libros, videojuegos para entretenerse en el local y actividades inmersivas gratuitas.

Entre los planes también está un centro de distribución para atender los pedidos nacionales y una posible presencia en la cadena estadounidense CVS, en zonas con gran población mexicana como San Antonio, Los Ángeles y Houston. Según CVS, esto se podría dar a finales de 2025.

“Después de Texas y California, vemos potencial en estados como Illinois, Florida, Nevada, Arizona, Nueva York y Washington”, afirmó González.

Tras ello, esperan replicar su método de bajo costo que incluye acceso rápido y barato a un médico, que en México tiene un precio de US\$ 3 por visita.

Según González, quieren que los clientes en este nuevo mercado puedan beneficiarse de su clásico modelo: lo mismo, pero más barato. “Incluyendo orientación médica gratuita a través de nuestra plataforma de telemedicina”, añadió.

De esta forma, apuntan a conquistar a los millones de latinos residentes en ese país y consolidar



Víctor González Herrera, CEO de Farmacias Similares.

una expansión internacional con impacto social, ya que la firma no recibe ganancias por su producto más popular.

La empresa vende unos 100.000 muñecos mensualmente, pero todo lo que generan se destina a Clínica, la fábrica en México donde trabajan más de 1.200 personas con discapacidad.

La presencia en Latam

Farmacias Similares tiene más de 500 tiendas repartidas entre Chile y Colombia, siguiendo el mismo modelo de venta de medicamentos genéricos a precios que pueden ser hasta un 75% más baratos.

En Chile está presente desde 2005 y ya cuenta con tiendas en todo el país. Inicialmente los locales se focalizaron en comunas como La Florida o Puente Alto, pero en 2024 inauguraron puntos en zonas con mayor acceso económico, como Vitacura, Lo Barnechea y Las Condes. Además, desde la fundación SimiPlaneta, González Herrera está impulsando un proyecto conservacionista en la zona de Aysén.

La llegada a Colombia se dio en 2024, donde también se creó la Fundación del Dr. Simi, que se encarga de realizar acciones para la promoción de la salud y de poner a disposición de los médicos infraestructura de consultorios para ofrecer sus consultas.

A futuro la cadena está considerando la posibilidad de expandirse a El Salvador.

9.700
 PUNTOS DE VENTAS TIENE FARMACIAS SIMILARES EN MÉXICO.

US\$ 24
 COSTA LA VERSIÓN CLÁSICA DEL MUÑECO DE DR. SIMI.