

De la Farmacia a la Conveniencia: Evolución del Modelo Farmatodo

Carlos Andrés Cortés Molina

Gerente General Farmatodo Colombia

Septiembre - 2026

Lo que nos mueve:

Misión, visión y valores



Misión

Servimos con excelencia, innovación, cercanía, confianza y deleite para mejorar tu vida en bienestar, salud y belleza

Visión

Ser reconocidos como líderes en Latam por proveer bienestar, salud y belleza

Valores

Ética

Orientación
al cliente

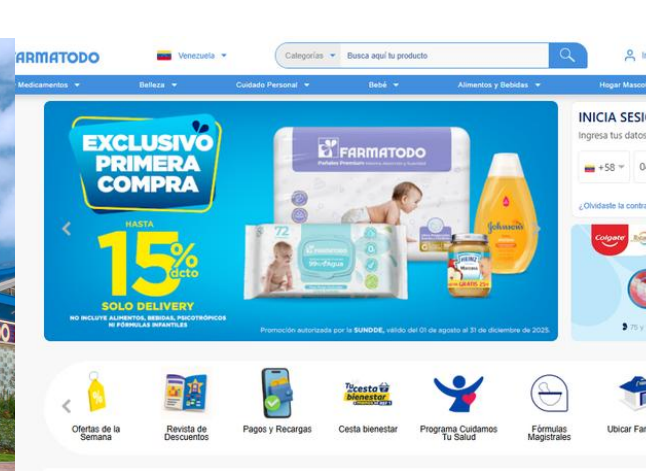
Excelencia

Compromiso
con Farmatodo

Respeto y
humildad

Innovación

El origen de nuestra pasión: Historia



Nuestras Operaciones en LATAM



Empresa multilatina farmacéutica con
presencia en 3 países:

Venezuela
Colombia
Argentina



Conveniencia



Somos una cadena de droguerías de autoservicio que combina el concepto de farmacia tradicional dentro de un gran piso de venta con un formato orientado a la conveniencia.

Es una propuesta de valor sobre la vida cotidiana de los clientes que integra categorías y servicios con el fin de resolver necesidades en una sola experiencia.



Conveniencia:

Características principales



- **Autoservicio:** Los compradores toman los artículos directamente de las góndolas sin esperar un turno.
- **Diversificación de productos:** Contamos con las categorías de medicamentos, belleza, dermocosmética, cuidado personal, productos para bebés, alimentos de consumo rápido, productos para el hogar y para las mascotas.
- **Consumo espontáneo:** Facilita la adquisición rápida de artículos gracias a la cercanía y la organización de los productos.
- **Asesoría especializada:** Combina el *expertise* farmacéutico (QF en la droguería) con una experiencia de retail moderna y de autoservicio (asesores en el piso de venta).
- **Servicios adicionales:** Atención farmacéutica, servicios gratuitos de inyectología y glucometría, así como la prestación del servicio 24 horas en varias de sus sedes, mecanismo de autofarmacia y parqueadero gratuito.

Del Producto a la solución



ORIGEN

"Necesito un medicamento"

RELACIÓN TRANSACCIONAL

EVOLUCIÓN

"Necesito resolver una necesidad de salud, cuidado o bienestar"

RELACIÓN AMPLIADA

FUTURO

"Quiero una experiencia, personalizada y conveniente"

RELACIÓN RECURRENTE

¿La conveniencia genera valor?



Somos una Farmacia Omnicanal

24 horas



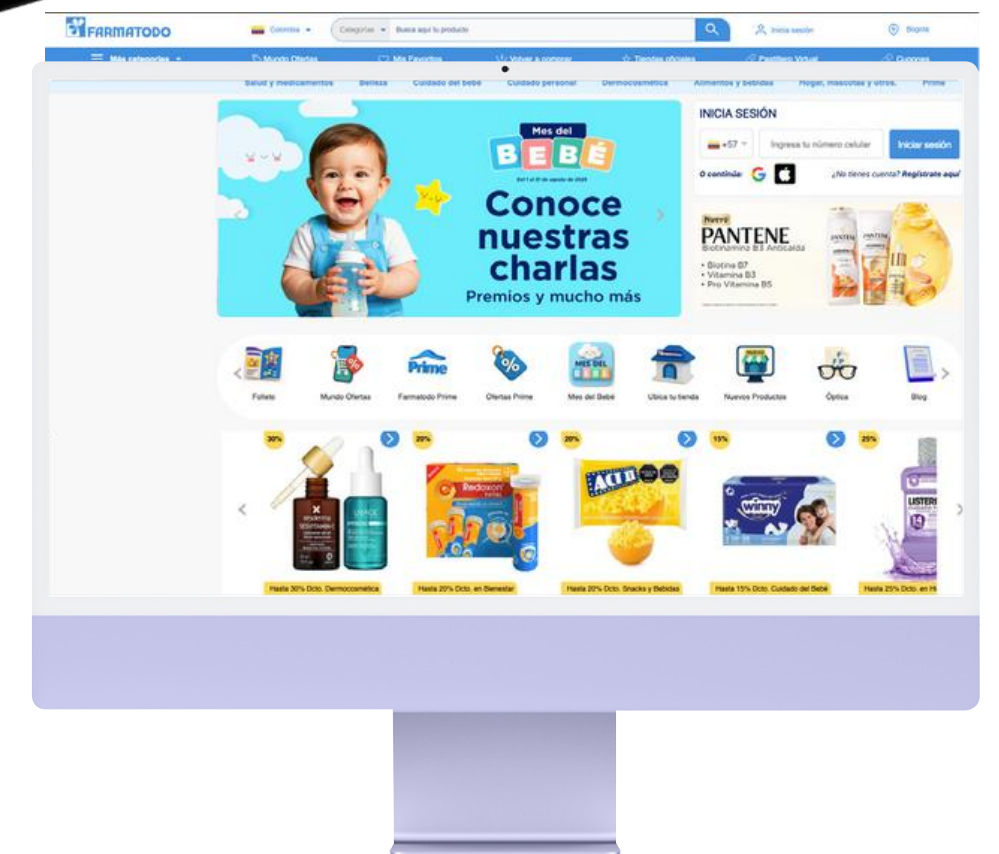
ESTABLECIMIENTOS
FÍSICOS



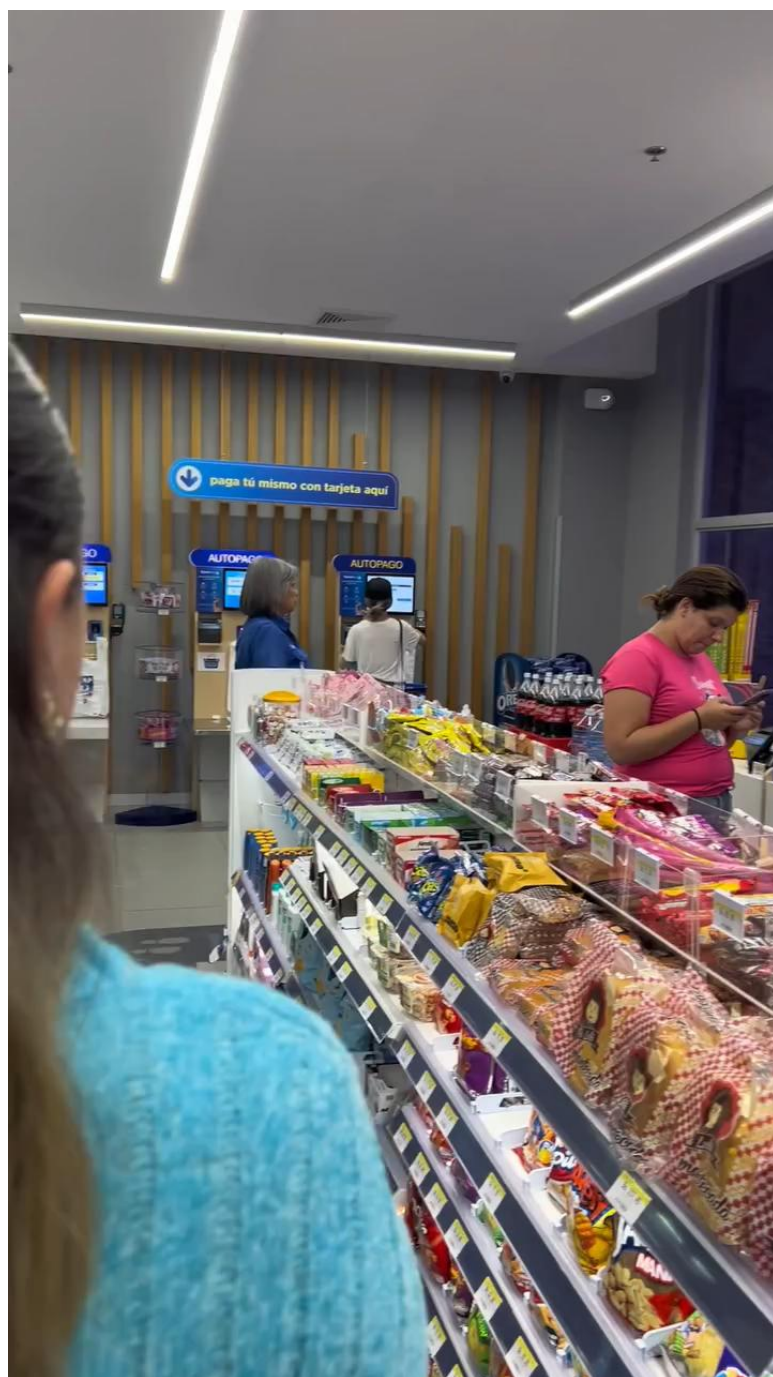
APP

9,5 millones de usuarios registrados contactables a los que ofrecemos una experiencia de compra personalizada.

WEB



El cliente está cambiando



¡La oportunidad está en anticipar
necesidades, no solo en
responderlas!



¡Convertir la conveniencia en diferenciación!



- La verdadera conveniencia consiste en hacerle la **vida más fácil al cliente**, mientras que el **bienestar** se convierte en una relación a largo plazo.
- La conveniencia dejó de ser un **atributo** y se convirtió en una **expectativa** del consumidor.
- La conveniencia puede convertirse en un **motor de crecimiento y fidelización**.
- La **cercanía** es parte esencial de la propuesta de valor.
- **El reto:** seguir creciendo sin perder aquello que hace relevante a la marca.



¡Gracias!