



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD**

**AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“GRUPOS EMPRESARIALES ENFOCADOS AL SECTOR SALUD EN MÉXICO 2010-  
2022”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE**

**LICENCIADA EN FINANZAS**

**PRESENTA:**

**YANET IVONNE MENESES PÉREZ**

**DIRECTOR DE TESIS**

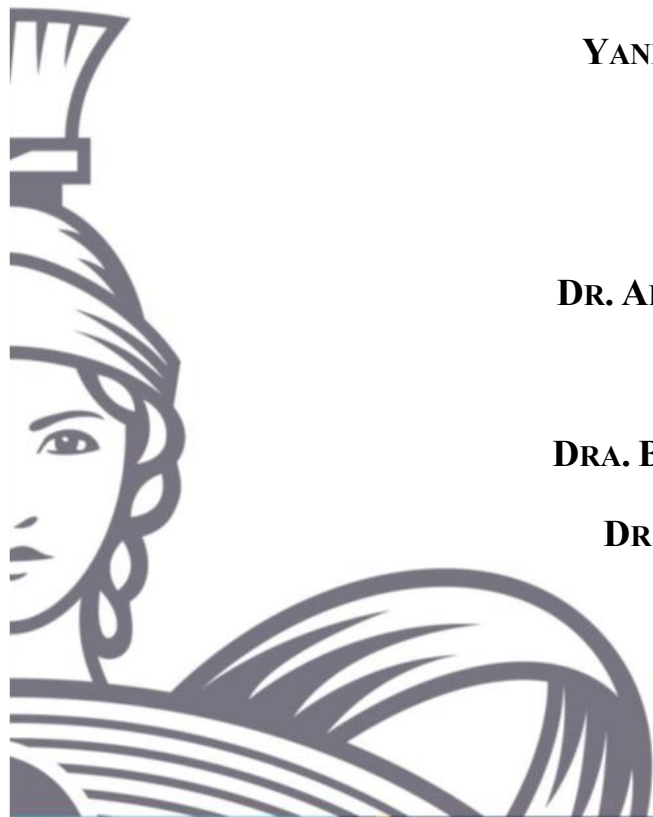
**DR. ALBERTO CASTAÑÓN HERRERA**

**COMITÉ TUTORIAL:**

**DRA. BEATRIZ MARTÍNEZ CARREÑO**

**DR. ADRIÁN JIMÉNEZ GÓMEZ**

**PUEBLA, PUE. JUNIO 2025**



**BUAP**

Facultad de  
Economía

### **Dedicatoria**

A mi papá Daniel Meneses Cosme y mi mamá Silvia Pérez Joachin, por su comprensión, apoyo, motivación, inspiración y su guía en todos los años de vida, convirtiéndose en mis ejemplos por seguir, agradezco que me sigan brindando consejo en cada decisión que he tomado, además de escucharme cada vez que tenía un problema, por la sonrisas regaladas y estar presentes en cada paso que he dado, que me enseñaron que todo se logra con dedicación perseverancia, siempre los tengo en mi mente y mi corazón gracias por todo.

## **Agradecimientos**

Agradezco a mis hermanos Daniel, Omar, Carlos, Blanca y Saul; por las lecciones de vida que me han transmitido además de los consejos brindados en cada etapa que hemos pasado tanto juntos como separados, nos forjamos juntos y siempre me han enseñado que puedo contar con todos en cada paso, especialmente con Dani, siendo un gran consejero y hermano. Además de mi cuñada Carolina por cada conversación compartida y que en este tiempo se ha convertido es una amiga para mí.

A todos mis sobrinos, especialmente a Mauricio y Angel por desvelarse acompañándome en la realización de mis tareas, además de animarme en todo momento con sus ocurrencias, travesuras y risas.

A mi mejor amigo Manuel Antonio por escuchar cada vez que tengo un dilema, y motivarme a no dejar todo tirado, a su vez también le agradezco que me enseñara a ver ambos lados de una historia para comprender a los demás siendo más objetiva en estos 9 años de conocernos.

También quiero agradecer a Angel Omar por su compañía, ser mi amigo y confidente cuando más lo he necesitado y por todo el apoyo que me ha brindado en estos 8 años de amistad especialmente en los últimos 3 años que hemos pasado juntos.

Al Dr. Alberto Castañón Herrera por su guía, en este camino universitario, convirtiéndose en una de las personas que más aprecio le tengo, gracias por permitirme la oportunidad de ser mi director de tesis, y a su vez darme la oportunidad de conocerlo como persona, siendo una de las personas que más admiró.

Gracias a la Dra. Beatriz Martínez Carreño, por permitirme formar parte de un proyecto de investigación enfocado en área de salud del cual estoy orgullosa de ser participe, además de ser mi revisora y permitirme ampliar mi visión de lo que es una investigación y el cómo llevarla a cabo.

A su vez también le doy gracias al Dr. Adrián Jiménez Gómez por su disposición y aportaciones como revisor, que me dio un nuevo punto de análisis de este trabajo.

También le agradezco al Mtro. Raúl Rodolfo por permitirme apoyarlo en el elaboración del capítulo de un libro, siendo una de las primeras personas que me permitió encontrar el gusto a investigar y analizar la información.

Agradezco Sarai y Petra, darme la oportunidad de conocerlas, convivir con ustedes, y aprender que trabajar en equipo puede ser algo fácil, pero no por ello aburrido.

Finalmente, también quiero agradecer a Alicia, Claudia y Laurita por su amabilidad, atención y apoyo durante este proceso.

## Índice

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción .....                                                                     | 3  |
| Capítulo 1. Economía de la información de las empresas y grupos económicos. ....       | 13 |
| 1.1. Economía de la información en las empresas y grupos .....                         | 13 |
| 1.1.1. Información imperfecta y el poder del mercado.....                              | 13 |
| 1.1.2. Problemas de agencia. ....                                                      | 14 |
| 1.1.3. Riesgo moral.....                                                               | 14 |
| 1.1.4. Selección adversa. ....                                                         | 15 |
| 1.1.5. Señalización.....                                                               | 16 |
| 1.2. Estructuras y formas de integración entre empresas y grupos. ....                 | 16 |
| 1.2.1. Monopolio .....                                                                 | 17 |
| 1.2.2. Oligopolio.....                                                                 | 18 |
| 1.2.3. Integración Horizontal.....                                                     | 19 |
| 1.2.4. Integración vertical.....                                                       | 22 |
| 1.2.5. Restricciones verticales. ....                                                  | 27 |
| 1.2.6. Conglomerado .....                                                              | 29 |
| 1.2.7. Comparación entre la integración horizontal, vertical y los conglomerados ..... | 31 |
| 1.2.8. Grupos Empresariales.....                                                       | 33 |
| Capítulo 2. Grupos empresariales en México .....                                       | 39 |
| 2.1. Antecedentes de los grupos empresariales.....                                     | 39 |
| 2.2. Grupos económicos más importantes en México entre 2000 y 2022. ....               | 42 |
| 2.3. Las redes de las empresas en México .....                                         | 44 |
| 2.3.1. Relación entre el Estado y las empresas en México.....                          | 47 |
| 2.3.2. Relación entre los grupos económicos y el sector bancario en México .....       | 50 |
| Capítulo 3. Los grupos empresariales y redes en el sector salud en México.....         | 67 |
| 3.1. Sector salud .....                                                                | 67 |
| 3.2. Sectores económicos relacionados con salud.....                                   | 71 |

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.1. La distribución del PIB en el sector salud. ....    | 74  |
| 3.2.2. Actividades de los grupos del sector salud. ....    | 74  |
| 3.2.3. Interacción entre las actividades productivas ..... | 81  |
| Conclusión .....                                           | 92  |
| Referencias bibliográficas.....                            | 94  |
| Anexos .....                                               | 102 |

## **Introducción**

Los grupos empresariales en México han pasado por diversos cambios y etapas a lo largo de su historia que van desde su creación en la época postrevolucionaria hasta la actual, dentro de la cual se encuentra el periodo estudiado que va de 2010 a 2022, durante este tiempo se han creado diversas estrategias que le permiten a los grupos tener un poder mayor en el mercado.

A pesar de esto, los principales mecanismos para la toma de decisiones que permiten el funcionamiento de estas asociaciones ha sido mediante estructuras de control cruzado o jerárquico, las cuales se han mantenido desde su origen; en ese sentido, de acuerdo con los planes de acción de cada uno, algunos de estos grupos se enfocan en un solo sector y buscan expandirse en él, por lo tanto, todas sus actividades son consecuencia de esto; por otro lado, existen grupos que se diversificaron e integraron en diferentes actividades y nichos de mercado, ya sea de manera directa o indirecta.

Por otra parte, hay que tomar en cuenta a Martínez (2012), que especifica que el ciclo de vida de un grupo empresarial es similar al del ser humano; nace, crece, reproducirse, y muere; pero esto dependerá de la situación interna del grupo o empresa y el entorno económico en el que se encuentra.

A raíz de las crisis financieras, económicas y sanitarias; en años recientes los grupos empresariales y las empresas individuales han adoptado o creado diversas estrategias, que no solo permiten sobrevivir a estas coyunturas, también dan la oportunidad de expandirse a mediano y largo plazo; donde el crecimiento de los grupos se da por factores como:

- Integración o creación de nuevas empresas.
- Fusiones y adquisiciones entre empresas ya existentes.
- Asociaciones mediante convenios y contratos entre empresas o grupos empresariales.
- Relaciones personales, sociales, políticas y empresariales

Estos factores han influido de manera importante puesto que, de acuerdo con Tamayo y Piñeros (2007), estos permitieron que se crearan tres diferentes tipos de integración en las empresas los cuales son horizontal, vertical y conglomerados, donde la primera forma de integración se enfoca en las fusiones y adquisiciones de una o más compañías, de esta manera se

busca obtener mayor poder en el mercado ya sea, absorbiendo a la competencia o fusionándose por una meta en común; por ejemplo si un negocio enfrenta problemas financieros que pueden llegar a producir alguna quiebra este puede ser adquirido por otro, con el fin de pagar sus deudas.

La segunda forma de integración se enfoca ser menos dependientes de otros grupos o empresas, creando compañías relacionadas o complementarias, es decir que si un laboratorio farmacéutico que produce medicamentos, quiere participar en el siguiente nivel de su cadena de suministro puede adquirir algunas farmacias para comercializar sus productos; o si quiere obtener los insumos básicos sin intermediarios necesita participar en el nivel anterior, de tal manera que se tenga un mayor control en estas fases de producción y distribución, reduzca sus costos.

Y finalmente la tercera forma de integración conocida como conglomerado es la unión de empresas dedicadas a la diversificación de productos y servicios, es decir que los grupos que decidan irse por esta estrategia, no adquirirán o crearán empresas de un solo sector; buscarán entrar en diversos sectores del mercado, sin tener una relación clara entre uno y otro; es decir que de esta forma sus negocios serán menos riesgosos por pertenecer a un solo nicho; un ejemplo de ello, es una cartera diversificada de acciones donde se puede ganar por unas compañías y perder por otras sin que sea total.

Estas integraciones son factores importantes para los grupos empresariales, pero sin un control adecuado estas estrategias serian ineficientes, en ese sentido se deben establecer mecanismos que permitan dominar estas estructuras como lo son monopolios u oligopolios, donde los agentes controladores tomaran las decisiones de la empresa, con el fin de maximizar sus beneficios. Por lo tanto, es necesario establecer contratos para evitar situaciones oportunistas por alguna de las partes, también denominado problemas de agencia, esto disminuiría los costos de monitoreo por parte del principal, dando un mayor poder de negociación entre ambas partes.

Otra estrategia que adoptan las empresas y los grupos económicos para crecer ha sido mediante las relaciones sociales, familiares o políticas que han provocado que se beneficien de su entorno con controles cruzados o piramidales entre estos agentes, o en su caso estos grupos han generado otras empresas o compañías siguiendo dos formas la primera es donde los negocios son independientes entre sí, pero hay una empresa dominante, en caso del segundo las compañías creadas sirven como un complemento para la primera, es decir que dentro de estas conexiones

hay intercambio de información que disminuye su asimetría y permite los empresarios tomen decisiones más conscientes.

Dicho de otra forma, la investigación de grupos empresariales proporciona información valiosa sobre el crecimiento de empresas, tanto en lo individual como en lo colectivo. Esto se logra a través de la diversificación de modelos de negocio en diferentes sectores y actividades económicas, o centrándose en un sector o actividad en particular. A su vez, también es importante investigar las relaciones existentes entre las empresas o grupos puesto que la información obtenida por ella permite tomar decisiones más informadas.

Si bien los grupos empresariales y las empresas individuales crean estrategias que permiten el aumento de su poder en el mercado, también pueden ayudar de forma directa e indirecta a los diferentes sectores que se encuentran en México, hay dos sectores específicos en los cuales se abarcaran en los últimos dos capítulos, estos son el sistema financiero y el sistema de salud, donde mientras el primero se encuentra fortalecido, a tal grado que en algún momento los grupos económicos de mayor importancia en el país tuvieron o tienen alguna red que les permite que generaran ciertas ventajas.

Por otro lado, la percepción con respecto al Estado, en este segundo sector es criticada por tener una inversión promedio de los países por debajo de la estimada en la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), donde la inversión en salud posee un 9% destinado este sector puesto que, de acuerdo en el Informe Mundial sobre Protección Social (2019) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que especifica que México se encuentra rezagado en cuanto a inversión en salud, ya que solo había destinado alrededor del 5% de su PIB a este sector en proporciones similares para el ámbito privado y público, por ejemplo, de acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el año 2019 se destinó el 2.0% del PIB en salud pública, el 2.2% en salud privada, y el 0.9% en trabajo no remunerado en el cuidado de la salud (TNRS) dando un total de 5.1%. Donde esta falta de recursos impacta negativamente en la capacidad del sistema de salud para hacer frente a situaciones de emergencia como ocurrió con el virus de la influenza AH1N1 en 2009 y la pandemia de COVID-19 en 2020.

Asimismo, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (s/f) afirma que

El Cambio Climático es la mayor amenaza para la salud mundial del siglo XXI. La salud es y será afectada por los cambios de clima a través de impactos directos (olas de calor, sequías, tormentas fuertes y aumento del nivel del mar) e impactos indirectos (enfermedades de las vías respiratorias y las transmitidas por vectores, inseguridad alimentaria y del agua, desnutrición y desplazamientos forzados) (párr. 1)

Dado que este cambio en el clima crea afectaciones a la salud, la población queda más sensible ante la presencia de nuevos virus y cepas, como en el caso del COVID-19 y la influenza AH1N1. El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC) (2018), ha alertado sobre el aumento de enfermedades transmitidas por virus y bacterias; y esto ha hecho hincapié en la importancia de fortalecer la capacidad de los sistemas de salud para hacer frente a estas o posteriores amenazas.

En este sentido, el informe del IPCC señala que las vulnerabilidades de los sistemas de salud se ven afectadas por una infraestructura inadecuada y un bajo acceso de estos servicios en muchos países, especialmente que se encuentran en economías emergentes; como es el caso de México. Esto es debido a la falta de preparación y coordinación entre los actores involucrados.

Tomando esto en cuenta, los grupos económicos juegan un papel fundamental, ya que su influencia o poder financiero pueden ser utilizados para implementar medidas preventivas y complementar al sector de salud, sin embargo, existe una gran brecha entre la información de los grupos empresariales en general y los enfocados a este sector.

Un ejemplo de ello cuando sucedió la contingencia por pandemia del COVID-2019, las empresas privadas, así como los grupos tuvieron que implementar diversas medidas para evitar el contagio en la fuerza laboral, donde dentro de estas normas se debía hacer uso del cubrebocas, desinfectar las áreas, superficies u objetos de uso común en las oficinas, así como tener un control entre el ingreso o egreso de los trabajadores; a su vez, algunas de estas compañías disminuyeron la cantidad y aumentaron los precios de los bienes; provocando que en ciertos lugares se tuviera que racionar la cantidad del producto a la población.

Es importante destacar que algunos grupos buscan maximizar sus beneficios a expensas de la salud de la población. Como señalan Meléndez y Vásconez (2020), existen ciertos grupos

económicos monopolizan la producción y circulación de productos médicos, lo que provoca escasez y aumento de precios de forma exagerada.

Ahora bien, si una empresa o grupo se aprovecha de esta situación el principal afectado es el consumidor, es por ello que se deduce que los grupos económicos, tienen el potencial para contribuir en el fortalecimiento del sector salud en el ámbito privado, esto puede ser mediante la creación de la infraestructura y la adquisición de equipos médicos, con el fin de tener una mayor capacidad de responder ante futuras emergencias, esto podría provocar prácticas monopólicas, así como fomentar grupos de influencia y corrupción.

Por lo tanto, es necesario regular y supervisar las acciones de los grupos económicos para garantizar que su participación en el sector salud sea ética y beneficie a la sociedad en su conjunto. Según Emmerich (2004), es importante establecer mecanismos de control y transparencia para evitar conductas monopólicas.

Con el fin de evitar o disminuir este tipo de competencias monopólicas como menciona Emmerich en 2004, se creó en 2014 la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) (reformada el 20 de mayo de 2021) donde se establece que *“Están prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas y las barreras que, en términos de esta Ley, disminuyan, dañen, impidan o condicionen de cualquier forma la libre competencia o la competencia económica en la producción, procesamiento, distribución o comercialización de bienes o servicios.”* (artículo 52)

Así mismo esta ley también describe la existencia de prácticas monopólicas absolutas y relativas; donde estas son ilícitas y tienen consecuencias en la sociedad, permitiendo que exista desigualdad en el gasto de bolsillo de la población que se usa para adquirir los bienes y servicios, tal como sucedió en ejemplo de las farmacéuticas. Donde esta primera practica sucede cuando una o más empresas o grupos se coluden con el fin de obtener beneficios impidiendo la entrada a nuevos competidores, para realizar esto se fijan precios por debajo de sus rivales, y estos no podrían costear esas tarifas sin incurrir en pérdidas.

Por su parte la segunda práctica monopólica es la relativa en la cual las empresas o grupos hacen convenios de forma independiente con el fin de ofrecer precios altos, o establecer normas ante los clientes y proveedores de alguna mercancía en particular.

En ese sentido, los grupos económicos tienen un papel relevante en el sistema de salud privado y público. Sin embargo, es necesario establecer más regulaciones y mecanismos de supervisión para garantizar que su participación sea responsable y beneficiosa para la sociedad. Solo de esta manera se podrán evitar colapsos en el sistema económico-financiero y garantizar una respuesta adecuada ante futuras emergencias sanitarias.

Uno de los problemas que se encuentran al realizar esta investigación es la falta de estudios a mayor profundidad sobre los grupos empresariales desde diferentes enfoques y uno de ellos que es de gran importancia en la población mexicana, es que no existe gran información acerca en el sector salud de estos grupos o empresas provocando que se limite considerablemente el conocimiento y la comprensión de esta área tan importante para el bienestar de las personas.

Donde uno de los autores que explican esta insuficiencia de información es Chavarín (2011), el cual menciona que *“A pesar de la importancia de los Grupos Empresariales (GE) mexicanos dentro de la organización industrial y el crecimiento económico del país, la bibliografía especializada en éstos es escasa, y puede afirmarse que faltan trabajos que los estudien a partir de los enfoques y elementos analíticos contemporáneos.”*(p. 194).

En particular, se destaca la escasez de información sobre los grupos económicos que se dedican a este sector, tanto en el ámbito público como en el privado. Donde esto representa un problema, ya que existe una falta de competencia adecuada que impide el crecimiento y el desarrollo de la industria de la salud en el país.

En primer lugar, esta desinformación sobre el sector de la salud limita el conocimiento o la comprensión de los problemas y desafíos que enfrenta. Esto dificulta la implementación de estrategias efectivas para mejorar tanto la calidad de atención como garantizar el acceso a servicios de salud para todas las personas.

Puesto que los grupos empresariales enfocados prestar servicios de salud privada tienden a ser costosos para las familias que perciben bajos ingresos, donde de acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2017), el salario mínimo percibido en año 2016 era de \$2,401.20 mensuales, con respecto a esto, para que una familia de cuatro integrantes fuera considerada que se encontraba en una situación de pobreza tendría que percibir un ingreso mensual conjunto menor a \$11,290.80.

Tomando en cuenta lo anterior, se observa una desigualdad en la atención de salud en México, donde el sector público no logra atender la demanda de la población, puesto que existe una disparidad entre las estimaciones de la población atendida en el sector público, dado que según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2020), el 73.5% de la población se encuentra afiliado a uno o más servicios de salud pública distribuidos principalmente en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) con el 51%, el 35.5% Instituto de Salud para el Bienestar (INSABI) (o seguro popular) y 8.8% en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Sin embargo, alrededor del 54% de la población se atendió en servicios medios privados, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) (2022). Y esto se debe a las largas esperas, falta de personal y escasez de recursos en los hospitales y centros de salud públicos, provocando que las personas incurran en gastos de bolsillo para atenderse o tener los medicamentos necesarios para su salud, haciendo uso del sector privado.

Por su parte, el sector privado también desempeña un papel significativo, involucrando a empresas de seguros, clínicas y laboratorios, entre otros. En México, este sector de salud ha adquirido protagonismo debido a las situaciones sanitarias que ha ocurrido en el país y esto se demuestra en las contribuciones que dan al PIB<sup>1</sup>.

Donde de acuerdo con INEGI y Cuentas Satélite del Sector Salud en México (CSSSM) (2022), la contribución del PIB en el sector salud ha tenido una tendencia a la alza pero demostrada de la siguiente forma en el año 2003-2004 su inversión fue 1.1%; para el 2005 y 2006 esta aumento a 1.3%; para el año 2007 volvió a incrementar 1.5%; en 2008 fue de 1.7%, en 2009 se expandió a 0.1% con 1.8%, en 2010 y 2011 se expandió hasta ser de 2.0%; desde 2012 hasta 2017 ascendió en 0.1% anualmente llegando de 2.1% a 2.5%; en 2018 y 2019 se aumentó 0.2% anual teniendo una contribución de 2.7% y 2.9% respectivamente; finalmente a raíz de la pandemia ocurrida por el COVID-19 y principalmente debido a la presencia de grupos empresariales esta aportación en el PIB aumento a 3.3% en 2020 y 3.3% en 2021; donde estas asociaciones han dirigido sus recursos a este sector. Sin embargo, la información sobre la oferta y los beneficios que estos grupos pueden brindar es aún limitada.

---

<sup>1</sup> Estas contribuciones del PIB por parte de la salud privada incluyen al trabajo no remunerado en cuidados a la salud [TNRS].

Por ello es necesario estudiar y analizar de manera particular los grupos empresariales que se encuentran en este sector, dado que de forma directa e indirecta brindan atención al menos al 54% de la población de México.

Para resolver este problema en el ámbito financiero-económico, es fundamental fortalecer la investigación y los estudios en el ámbito de la salud, con el fin de contar con una base de conocimientos sólida que permita comprender todas las dimensiones del sector. Asimismo, se requiere un esfuerzo por investigar a los grupos económicos involucrados en este sector con el fin de ampliar las investigaciones y dar paso a conocer la oferta de este sector.

Con todo lo anterior surge una serie de incógnitas, la primera se basa en ¿Cómo la economía de la información, las diferentes estructuras y formas de integración afectan a la toma de decisiones dentro del gobierno corporativo de un grupo empresarial?, donde el primer capítulo se enfoca en dar respuesta a esta primera pregunta, puesto que se explicará como la economía de la información es relevante para la toma de decisiones informadas con el fin de evitar el riesgo moral, la señalización y la selección adversa, por parte de cualquier empresa o grupo empresarial, además de especificar como este tipo de compañías crean estrategias tanto verticales como horizontales con el fin de crecer y desarrollarse en un mercado competitivo, formando así estructuras como monopolios u oligopolios. Este capítulo tiene como objetivo describir como la economía de la información, en sus las diferentes estructuras y formas de integración afectan a la toma de decisiones dentro del gobierno corporativo de un grupo empresarial

Por su parte la segunda incógnita es ¿Cuáles son los antecedentes de los grupos económicos en México, así mismo cuales son redes de los grupos más importantes durante el periodo de 2010-2022?, y finalmente ¿Cómo se concentran los grupos empresariales en el sector salud en México y cuáles son las relaciones entre ellos, considerando las actividades de la industria farmacéutica, el comercio y los servicios de salud?

Y esto permite dar paso a la hipótesis que se basa en como los grupos empresariales del sector salud en México en el periodo 2010-2022, se han concentrado mediante estructuras oligopólicas, y esto a su vez se puede reflejar en la producción de medicamentos por patología es por ello que, el principal objetivo de esta tesis es analizar la influencia de los grupos empresariales del sector salud en el lapso de tiempo antes mencionado, a fin de identificarlos,

observar su comportamiento de acuerdo con cada actividad, con un enfoque especial en la concentración de la industria farmacéutica.

Con el fin de responder la segunda pregunta planteada y dando de esta forma un inicio para responder la hipótesis en el capítulo 2 titulado “Grupos empresariales en México” se abordará a estos grupos, de tal manera que se especificará el origen de las empresas y su prevalencia en el mercado actual, conformando a las primeras asociaciones en México, de esta manera estas entidades que se fueron consolidando hasta ser las más importantes en el periodo de estudio 2010-20022, y, por último, se introducirán como las redes sociales, regionales, políticas y familiares afectan el entorno de estos; dentro de la cual se dará énfasis en la relación entre las empresas y el sistema financiero. Por su parte este segundo capítulo busca como objetivo principal, explicar los antecedentes de los grupos económicos en México, así como cuales son los grupos más importantes durante el periodo 2010-2022 y las diversas redes que poseen entre estos grupos basándose en diferentes formas de asociación que se explicará en el primer capítulo, además de ejemplificar principalmente a la integración horizontal y los conglomerados dentro del sistema financiero en México.

Donde para realizar esta investigación se hará uso de fuentes secundarias, tales como, libros de economía de la información, estudios del sector salud que permitirá conocer más acerca de los problemas de los grupos y sus riesgos, investigación hemerográficos, así como estudios relacionados a los grupos empresariales, también se hará uso de las páginas oficiales, la EMIS<sup>2</sup>, las unidades de económicas en salud del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), de cada grupo o empresa para conocer su estructura y forma de gobierno.

Se usará una base de datos por parte de la DENUE en INEGI perteneciente al año 2022 con el fin de encontrar cuales de estos grupos empresariales tienen presencia en el sector salud y observar el crecimiento de estos grupos empresariales. Posteriormente se usará información de la EMIS, para crear una base de datos, para así obtener más información de estos grupos, como por ejemplo personal ocupado y las actividades que realiza dentro del sector salud.

Finalmente se hará uso de una base de medicamentos emitida por la PROFECO en el año 2018, en la cual están listados diversos fármacos, así como sus precios y lugares de venta que

---

<sup>2</sup> EMIS: es una empresa del Grupo de ISI Emerging Markets

permitan de esta forma delimitar a los grupos que se enfocan en este sector especialmente desde el punto de vista de la industria, dando a conocer cómo se encuentra el índice de concentración (C1, C3 y C5) de estos grupos. siendo este parte del enfoque del tercer capítulo que tiene como objetivo exponer cual es la concentración de los grupos empresariales en el sector salud en México demás de identificar las redes o relaciones que existen entre estos, de acuerdo con las actividades industria farmacéutica, comercio y servicios de salud; todo esto permitirá que se dé una respuesta a la hipótesis, pero para llegar a esto, es necesario empezar por explicar como la economía de la información y el gobierno corporativo juegan un papel importante en la toma de decisiones desde diversas decisiones, las cuales han conllevado a que los grupos se integren de diferentes maneras.

## **Capítulo 1. Economía de la información de las empresas y grupos económicos.**

### **1.1. Economía de la información en las empresas y grupos**

En la economía y las finanzas, la información del entorno es un elemento importante para tomar decisiones fundamentadas que puedan afectar al futuro de las empresas o grupos empresariales, pero como se interactúa cuando los datos obtenidos

entre los actores involucrados no son iguales; y no se tiene acceso completo para verificar las diferencia entre cada compañía, a esto se le denomina asimetría de información.

Esta asimetría permite tomar en cuenta la importancia de la economía de la información<sup>3</sup> porque todos los actores involucrados deben elegir entre distintas opciones que surgen por los datos obtenidos entre los agentes y el mercado.

La competencia en cualquier sector sería perfecta si todos tuvieran la misma información, pero en la vida diaria esto no es un hecho, cada elección que toman las empresas o grupos se encuentra en un lugar donde existen datos son incompletos o desiguales entre ellos y sus competidores; dando paso a situaciones de problemas de agencia como son riesgo moral, selección adversa y señalización que impactan en el futuro de estas organizaciones, a continuación se explicara como se desarrollan los escenarios mencionados anteriormente.

#### ***1.1.1. Información imperfecta y el poder del mercado.***

El hecho de que los datos o características obtenidos por cada agente sean desiguales permite generar situaciones donde alguno busque beneficiarse de otros teniendo comportamientos oportunistas, como el riesgo moral, selección adversa y la señalización; ante esto la competencia deja de ser perfecta y la capacidad de influir en los precios o en el mercado le da un mayor poder al poseedor de una mejor cantidad de información relevante, permitiendo así la oportunidad de influir sector o sectores en los que se encuentran, y para tener esta ventaja es necesario recurrir en los costos que implicara obtener esos datos y saber usarlos a favor.

Con esto en mente las empresas o los grupos empresariales buscan diversas alternativas las cuales les permita tener una mejor posición en el mercado al cual se enfrentan, y así poder

---

<sup>3</sup> En la economía de la información siempre se manejan dos actores que interactúan mediante el uso de contratos, los cuales son el principal y el agente, en este caso el principal que es quien ofrece los contratos y el agente que es quien realiza las acciones que permitirán llegar a los objetivos impuestos por el principal.

tener una capacidad de establecerse o subsistir de alguna forma, es por ello por lo que se organizan, toman ciertas estructuras o formas de integración como se verá a continuación.

### ***1.1.2. Problemas de agencia.***

De acuerdo con Castaño (1999), establece que *“La relación de agencia se establece cuando el principal delega ciertos derechos a un agente que está obligado mediante contrato (el cual puede ser formal o informal) a defender los intereses del principal y como contrapartida cobra una remuneración bajo la forma que sea.”*(p.7). Tomando esto como referencia se puede decir que los problemas de agencia surgen cuando los intereses que posee tanto el agente como el principal nos son los mismos y estos entran en conflicto.

Otro tipo de problema de agencia a los que se enfrentan los grupos empresariales o las empresas que tienen un esquema de integración vertical son problemas que surgen entre el principal y el agente, donde en una situación dada el agente podría buscar tener beneficios por separado de la integración o del grupo y afectar a los beneficios que tienen en conjunto. Para poder solucionar este tipo de circunstancias es necesario realizar contratos óptimos que incentiven a los agentes a seguir los objetivos marcados por el principal.

### ***1.1.3. Riesgo moral.***

Esta circunstancia sucede cuando las acciones o decisiones adoptadas por el agente puede afectar al valor de una transacción, y a su vez los involucrados se encuentran de alguna forma atados mediante contratos. Algo a lo que Fernández de Castro y Duch (2003), dan énfasis es el hecho de que el principal no ve directamente los esfuerzos que ejerce el agente, pero si logra visualizar los resultados.

Por su parte Macho y Pérez (2005), mencionan que este riesgo conllevará a dos escenarios posibles donde en el primero se da cuando el principal ofrece el contrato al agente este lo puede aceptar o rechazar, aquí se deberá tomar en cuenta a las decisiones que asumirá la otra parte en caso de tomar el contrato; el segundo caso tiene que ver enteramente con el contrato puesto que, para ofrecer un contrato optimo se debe tener en balance la eficiencia y los incentivos que se le brindaran al agente para que cumpla con los objetivos impuestos por el principal sin necesidad de caer en ante esta situación.

Otro caso, ocurre en los contratos donde hay riesgo moral e información oculta haciendo que este sea ineficiente, por una implicación como lo es la distorsión del acuerdo en relación con el esfuerzo que realiza el agente especialmente cuando el mercado está inestable. En consecuencia, el contrato se vuelve menos atractivo en situaciones favorables y más llamativo en situaciones desfavorables.

#### ***1.1.4. Selección adversa.***

La selección adversa no necesariamente se aplica solo a los acuerdos entre empleador y empleado, esta situación se da también entre vendedor y comprador, en el primer caso el empleado conoce sus capacidades no visibles en una entrevista y el empleador conoce las condiciones del trabajo; en la segunda situación el vendedor conoce información de los productos que desconoce el comprador, por su parte, el comprador conoce sus capacidades de pago; en esto se puede detonar una clara asimetría de la información; y conlleva a tomar decisiones equivocadas que a través del tiempo, pueden afectar a alguna de las partes, o en su caso a las dos partes involucradas.

Por su parte en caso de los grupos empresariales este tipo de selección se utiliza a la hora de elegir crear, o incorporar una nueva empresa a este grupo, dado que la información publicada no es necesariamente completa, es decir que si un grupo desea fusionarse o adquirir alguna propiedad debe evaluar a esta empresa, pero una de las consecuencias de la asimetría de los datos que ofrece la empresa es que estos pueden estar maquillados o no representar el panorama completo, en consecuencia este grupo puede tener una selección adversa al escoger una empresa.

Fernández de Castro y Duch (2003), mencionan que al haber esta asimetría, algunas instituciones, empresas y grupos económicos toman elecciones que no necesariamente son las idóneas para el contrato, puesto que hay diversos factores que pueden afectar esta decisión, el primero sucede cuando el agente dispone de información privada o propia que desconoce el principal afectando a los objetivos que tiene el principal; un segundo caso sucede cuando los objetos de transacción que pueden variar con respecto a su calidad, durabilidad y eficacia de un producto o servicio; finalmente nos enfrentamos al mercado donde la competencia, el control de costos y a su vez la demanda de dicho pueden dar una percepción equivocada.

Desde el punto de vista de las empresas este tipo de situación es perjudicial, porque al estar en un mercado o sector que fluctúa constantemente, donde la información está al alcance de abrir algún portal de internet y esta no necesariamente será correcta o verídica; cualquier tipo de elección puede perjudicar a la empresa si se elige algo erróneo o al azar.

#### ***1.1.5. Señalización.***

En este caso la señalización es una forma en la cual las empresas ven algún tipo de acción o decisión que les permita revelar información tanto de sus competidores como sus empleados, a esto se le denomina señal, y mediante esto el principal puede cambiar su apreciación de las cosas o con respecto al agente.

Cuando se da una señal y esta se logra interpretar por parte del receptor, se puede realizar una señalización dividiendo a la población o los objetos observados de acuerdo con características específicas; y así generar un mercado diferenciado compuesto por cada uno de los atributos mencionados.

Un ejemplo de esto es el caso de las empresas rivales que ofrecen anuncios de las acciones que van a realizar esto es una señal de los movimientos futuros que da a conocer la empresa; otro caso parecido es realizar una comparativa entre dos productos que son sustitutos ver cuales tienen mejor percepción en el mercado y esto manda una señal del bien ofertado, un tercer suceso es ofrecido por las propias empresas debido al uso de garantías a la compra de un producto que te aseguran que tanto la empresa confía en el producto ofertado.

Estos problemas surgen alrededor del mercado, esto puede afectar tanto a las empresas pequeñas como a las grandes corporaciones y los grupos empresariales, donde para llevar a cabo la toma de decisiones es necesario tomar en cuenta información del sector, asimismo con base a estas decisiones pueden ser tan competitivos e inclusive obtener un mayor poder de mercado es por ello que en siguiente apartado mostrara como estas elecciones permiten integrarse de formas específicas y de esta manera, pertenecer o participar en estructuras específicas.

### **1.2. Estructuras y formas de integración entre empresas y grupos.**

Cuando se habla del mercado en la economía se refiere a un lugar que es tanto físico como virtual, en el cual un conjunto de productos o servicios negocian entre sí, y a su vez también con otros consumidores, también conocido como la oferta y demanda, esto se encuentra

en constante movimiento sufriendo así de diversas fluctuaciones entre el precio de los bienes, el valor de las empresas y la percepción que se tiene de estas generando un lugar donde la competencia está muy arraigada entre todos los participantes.

En este contexto, las empresas tienden a integrarse con el fin de obtener un mayor poder de mercado, logrando un crecimiento superior en comparación con sus competidoras tomando esto como referencia se da pauta que las empresas o grupos empresariales tomen decisiones que permitan unirse, relacionarse y crear estrategias tanto de manera individual como de forma conjunta, por ejemplo, una empresa subsidiaria de un grupo empresarial, puede establecer metas dentro de la subsidiaria que buscara cumplir mediante diferentes estrategias, en caso de los efectos lleguen a afectar tanto positiva como negativamente al grupo, este podrá tomar la decisión. Este apartado permitirá conocer más a profundidad las distintas estructuras y formas de integración que adoptan las organizaciones mencionadas.

Para entender mejor cual es la diferencia entre una estructura y una forma de integración en el mercado; la primera se enfoca directamente en su participación de mercado donde se pueden formar monopolios, oligopolios, o en su caso involucrarse en una actividad determinada dentro de un sector, en cambio la segunda es una estrategia adoptadas por los grupos o empresas, que deciden aumentar su poder en el mercado es por ello que optaran integrarse de manera vertical, horizontal o diversificarse hasta ser conglomerados como se explicara a continuación.

### ***1.2.1. Monopolio <sup>4</sup>***

La primera estructura por abordar es conocida como monopolio esta se caracteriza por ser el único productor de un bien o servicio ofertado en algún nicho del mercado, y este a su vez al estar solo posee un gran poder del mercado dándole la capacidad de determinar el precio o la cantidad que desea ofrecer de dicho bien, asimismo esta estructura se clasifica en diversas formas como monopolios naturales, monopolios comerciales, monopolios bilaterales y los monopolios puros; teniendo cada uno sus características particulares pero en esencia manejando lo mencionado anteriormente.

---

<sup>4</sup> Los monopolios no son estructuras que predominen en la mayoría de los sectores puesto que en el mercado hay varios competidores y varios compradores, por lo tanto, solo se explica de manera general, caso contrario en México las estructuras que predominan son oligopolio, empresas integradas vertical u horizontalmente e inclusive sistemas franquiciatarios, es por ello por lo que se dará prioridad a explicar estas estructuras.

### ***1.2.2. Oligopolio***

El oligopolio por su parte surge como un punto medio entre un mercado que posee competencia perfecta<sup>5</sup> y el monopolio, esto se debe a que diversos sectores de la economía se enfrentan a una competencia entre empresas o grupos rivales, donde las empresas que tienen mayor peso o poder impiden dar paso a un mercado de competencia perfecta.

Asimismo, el oligopolio se caracteriza por la existencia pocos competidores o en su caso son pocas las empresas o grupos que son relevantes, estos pueden influir en la cantidad o en el precio, su poder de mercado viene dado por las estrategias que utilicen para tener una mejor posición. Estas empresas se deben de preocuparse tanto por sus competidores ya posicionados tanto como los competidores potenciales.

Dentro los oligopolios existen diversos modelos entre los cuales se encuentran los duopolios donde hay dos empresas rivales o que tienen demasiado poder en el mercado, por ejemplo si hay dos corporaciones refresqueras que predominan en este sector a pesar de que existan otras entidades que también producen refresco en México al ser dominantes, se infiere que forman esta estructura abarcando esta actividad; otra forma es oligopolio bilateral que se caracteriza porque existen pocas empresas productoras así como consumidores de un bien y finalmente están los oligopsonios también denominados oligopolios de demanda, estos son caracterizados por muchos ofertantes y pocos consumidores.

Ante esta situación las empresas optan por formar parte de algún tipo de integración con el fin de que su poder aumente para poder generar barreras de entrada o en su caso como una forma de prevalecer en el mercado, donde sin las actualizaciones o adiciones necesarias la empresa solo le queda retirarse del mercado o en su caso quedar obsoleta al no aceptar el cambio de este.

Finalmente las grandes compañías o grupos económicos se encuentran clasificados dentro de los oligopolios, esto es debido a que en su mayoría son pocas las empresas que realmente poseen un peso relevante en el mercado, y esto sucede por varios factores como las preferencias de los consumidores, la innovación de los bienes ofertados, las estrategias de crecimiento

---

<sup>5</sup> Siendo está el tipo de estructura ideal, dado que nadie puede cambiar el precio de algún bien o servicio, para su beneficio particular, puesto que al existir tantos vendedores como competidores, el mismo flujo del mercado marca un precio estándar o similar en cada uno.

utilizadas por estas entidades, donde entre ellas destacan las formas de integración como lo son horizontal, vertical y conglomerados, los cuales serán explicados más a profundidad en los siguientes apartados.

Donde para identificar en que grado o nivel existen estas estructuras oligopólicas es necesario usar el ratio de concentración que viene dado por la formula:

$$C_n = \sum_{i=1}^n \frac{q_i}{Q} = \frac{q_1}{Q} + \frac{q_2}{Q} + \dots + \frac{q_n}{Q}$$

*Donde*

*C = Concentración,*

*n = cantidad de empresas*

*q<sub>i</sub> = producción de una empresa y*

*Q = producción total del mercado*

Donde mientras el valor de la concentración se acerque a 0 se tendrá un mercado de competencia perfecta, en cambio a medida que este radio aumente hasta llegar a 1 se considerara monopolio, y cuando se encuentre entre 0.5 y sea menor a 1 se considerara oligopolio, por su parte un valor por debajo de 0.5 es considerado un mercado competitivo.

### ***1.2.3. Integración Horizontal.***

Este tipo de integración de acuerdo con Tamayo y Piñeros (2007), esta surge como una forma de alianza estratégica donde se unen dos o más empresas rivales en una nueva empresa única, esta situación se genera a raíz de la existencia de una empresa dominante, es decir que posea más poder de mercado que otras, o en su caso, se encuentren incursionando en un mercado del tipo oligopólico, en este caso las empresas o grupos optaran por asociarse, adquirir o fusionarse con otras compañías. Por su parte, Si bien esto explica porque surge esta unión de empresas, existen otros factores que incentivan la aparición de este tipo de integración.

#### **1.2.3.1. Incentivos para la integración horizontal.**

Los principales incentivos o motivos por los cuales una empresa o grupo empresarial decide incursionar en este tipo de integración son cuatro: el poder de mercado, adquisición de activos, aumento de la eficiencia económica y finalmente por motivos financieros o de quiebra;

donde estos aspectos hacen que sea más atractivo para una empresa o grupo empresarial integrarse de esta forma.

El primer incentivo tiene que ver con el poder de mercado en este caso al integrarse de forma horizontal se aumenta el nivel de concentración que tienen las empresas y esto les permite que puedan aumentar o disminuir el precio de un bien o servicio, así como, obtener los insumos o materias primas que necesitan en las actividades que realizan las empresas de una formas más económica, es decir que compren los insumos más baratos y pueden venderlos a un precio más competitivo, esto les da mayor influencia en el mercado, porque permite que posean mayor influencia y generen de alguna forma una barrera de entrada a otras entidades.

El segundo viene relacionado principalmente con la adquisición de activos es decir que con la integración horizontal se pueden adquirir bienes que sean necesarios para la misma empresa y estos a su vez, pueden ser tangibles como lo es nueva maquinaria, infraestructura, tecnología, por mencionar algunos; como intangibles como lo son el capital intelectual, software especializado.

Después se tiene el aumento de la eficiencia económica esto sucede cuando dos o más empresas deciden fusionarse, con el fin de los costos de producción, la duplicación de los productos, haciendo que puedan vender los productos a un precio menor y tener mayores beneficios; otra forma donde se tiene este incremento es debido a que al fusionarse o adquirir otras empresas se da un mayor poder de negociación ante los clientes y los proveedores.

Por último, se tiene a los motivos financieros, es decir que cuando una empresa se enfrenta a una posible situación de una bancarrota, las empresas pueden decidir si fusionarse o ser adquirida por otra, buscando salvarse de ello; y a su vez esto permitirá que obtengan el capital necesario para poder utilizarlo para mejor su competitividad en el mercado.

De esta forma la integración horizontal ofrece a las empresas grandes herramientas que le permiten obtener beneficios y ser más competitiva en el mercado ante sus rivales, optimizando sus costos y operaciones, donde si se logra aprovechar las ventajas anteriormente mencionadas, puede no solo mejorar su competitividad si no también crear barreras de entrada para nuevos competidores.

Sin embargo, es importante reconocer que dentro de la integración horizontal existen diversas formas o enfoques que las empresas pueden adoptar. Estas incluyen fusiones, adquisiciones, alianzas estratégicas y joint ventures, cada una posee diferentes características además de proporcionar a las empresas una mayor flexibilidad, así como adaptabilidad para alcanzar sus objetivos estratégicos y prosperar en un entorno competitivo que se encuentra en constante cambio, es por ello que en el siguiente apartado se mencionaran y explicaran estos tipos de integración.

#### **1.2.3.2. Tipos de integración horizontal.**

De acuerdo con los intereses de las empresas que deciden asociarse o unirse, estas optan por escoger entre tres tipos de integración de acuerdo con sus necesidades e intereses, .

**a)      *Fusiones y adquisiciones.*** Este tipo de integración se puede dividir en dos partes en la primera tenemos a las fusiones que normalmente son más amistosas y solo buscan hacer una transición y combinar sus activos entre las empresas involucradas. Caso contrario en la segunda parte se asume una toma de control total con respecto a la otra, permitiendo tener poder en la toma de decisiones., desde esta perspectiva se considera un proceso más agresivo debido a se buscaría anular a la competencia o aumentar el poder existente en el mercado.

**b)      *Joint Ventures.*** De acuerdo con Motta (2018), esta estructura *se trata de acuerdos entre competidores entre que crean una nueva entidad para que sea esta la que lleve a cabo algunas actividades en lugar del socio.*” (p.250) . Es decir que dos o más empresas se unen para compartir algún tipo de actividad y así de forma conjunta obtener beneficios de esta alianza; en este aspecto ambas empresas buscan compartir riesgos, e inversiones, donde la unión o alianza puede ser temporal o permanente.

Hay dos ejemplos muy comunes utilizados en esta estructura el primero se da en la producción donde dos o más empresas le dan el poder a una nueva entidad en común para encargarse exclusivamente de la producción; y el segundo caso sucede en la comercialización o ventas del mismo producto aquí la elaboración de los productos se hace de forma independiente pero la comercialización se realiza de forma conjunta.

**c)      *Alianzas estratégicas.*** En este tipo de alianzas las empresas asociadas desarrollan algunos procesos que llevan a una marca en común y a su vez se mantiene la independencia de

cada una en particular, se pueden considerar como entidades híbridas entre las fusiones y las Joint ventures.

Si bien la integración horizontal en todos sus tipos permite que las empresas o grupos empresariales posean un mayor poder de mercado al fusionarse, adquirir o asociarse con otras compañías dentro del mismo sector, es importante tomar en cuenta que no es la única forma de integración que existe; y por lo tanto no es la única estrategia de crecimiento o expansión que se tiene, dentro de estas estrategias se encuentra la integración vertical en la cual se tiene un control mayor en la cadena de suministro o valor de un producto, es por ello por lo que en el siguiente apartado se abordará este tema.

#### ***1.2.4. Integración vertical.***

Para entender mejor este tipo de integración primero hay que tomar en cuenta a Coloma (2005) explica que para que un bien o servicio sea puesto en el mercado necesita pasar por diversas etapas, estas pueden ser empleadas por la misma entidad o en su caso por otras empresas que se encuentran especializadas en cada proceso de producción y comercialización, a esta situación se le denomina como una relación vertical, recalando que mientras esta relación sea más estrecha, y la empresa se involucre más en cada etapa de la cadena de valor del producto, generará así la integración vertical.

Por su parte, otros autores como Gil y Camacho (1999); Fernández de Castro y Duch (2003); Tamayo y Piñeros (2007); Bardey y Buitrago (2016), especifican que esta integración surge como una forma de internalizar ciertas externalidades que hay en el mercado y esto sucede cuando una empresa incorpora a otras entidades que se encuentran relacionadas o complementan las fases de producción de un mismo bien o servicio, con el fin de maximizar sus beneficios disminuyendo sus costos. Si bien lo anterior nos da una idea de los objetivos que busca esta asociación existen otros aspectos que incentivan a las empresas a optar por esto.

##### **1.2.4.1. Incentivos para la integración vertical.**

Los motivos que guían a algunas empresas a integrarse verticalmente además del poder de mercado son seis entre los cuales se encuentran evitar problemas de doble marginalización<sup>6</sup>,

---

<sup>6</sup> Se da la doble marginalización cuando tanto el que produce como el que distribuye un producto tienen poder de mercado y ambos agregan un margen de ganancia al producto haciendo que el precio se encuentre por encima de un valor óptimo, eso a su vez reduce la demanda de dicho producto

reducir costos de información y transacción, herramientas de discriminación de precios, poder de negociación ante proveedores, innovaciones, generar barreras de entrada a nuevos competidores y finalmente como una forma de ofrecer servicios en conjunto.

El primer incentivo unifica diversas etapas de producción y distribución de un producto bajo una misma empresa evitando un margen adicional que cada empresa añadiría, provocando que se aumenten las utilidades, es decir que las empresas que se integren verticalmente venderían el producto a un mejor precio, por ejemplo, si una empresa que produce ropa, adquiere o crea una empresa que elabora telas, ya no tendría que comprar la materia prima de forma externa, es decir con otros proveedores que le añadirían un costo adicional, al unificarse ambos procesos ese costo se anularía, provocando que el costo del fabricante ropa disminuya y pueda venderlo más económico.

El segundo incentivo se basa en la reducción de costes de transacción e información, en ese sentido, Bardey y Buitrago (2016), explican que en los costos de transacción; el peso del poder que se tiene entre las firmas o empresas que realizan estos intercambios es importante, puesto que, en cada paso se tiene oportunidad de negociación, esto realizado de manera muy frecuente puede afectar la eficiencia de las mismas; a su vez también mencionan que una forma de reducir los costos tanto de transacción, como de información y gestión es mediante a integración vertical dado que deja menos espacio de negociación entre las empresas que se encuentran integradas, esto sucede debido a que las empresas que están integradas tienen más control sobre la cadena de suministro, adquiriendo conocimiento más específico del sector en el que se encuentran y dando la oportunidad de negociar mejores costos.

El tercer beneficio que se obtiene de tener este tipo de integración es el poder generar barreras de entrada, esto se debe principalmente porque al tener un mayor control en la cadena de suministro, las empresas pueden disminuir sus costos y ofrecer sus productos a un precio más competitivo que sus rivales y de esta manera impedir su entrada o prevalencia en ese mercado.

Este tipo de integración funciona como una herramienta que permite discriminar los precios de un bien o servicio siendo este el cuarto incentivo, de tal manera que Fernández de Castro y Duch (2003), mencionan que esto tiene que ver con principalmente con las elasticidades de los mercados puesto que, si un producto que es elaborado por una empresa es utilizado como

insumo en mercados con diferentes elasticidades, la empresa puede integrarse con el mercado de elasticidad más alta y fijar un precio mayor que sus rivales del otro mercado.

Teniendo en cuenta que cada empresa buscara siempre disminuir sus costos, el participar en varias fases en la cadena de valor de un producto será más atractivo para los proveedores en ese sentido la compañía decidirá al proveedor que ofrezca mejor calidad de los insumos a un menor precio o plan de pagos, de manera que este quinto incentivo va encaminado con el poder de negociación que se adquiere con los proveedores, y es por ello, por lo que Tamayo y Piñeros (2003), especifican que *“Si el suministro del insumo que necesita la empresa es proveído por un mercado monopolístico o controlado, en mayor medida por pocas empresas, la empresa estaría interesada en integrarse verticalmente, para evitar negociar con un proveedor que posiblemente exija condiciones de precio y cantidades que no podrían ser eficientes”* (p.36).

El sexto incentivo es la innovación y diferenciación de los productos esto sucede porque las empresas integradas logran compartir información, se pueden poner en marcha nuevos proyectos relacionados , generando nuevas marcas de un mismo producto, y esto ante la vista del consumidor puede generar un valor agregado para el bien o el producto final, diferenciando así al producto de otros que se encuentren en el mercado.

Finalmente, las empresas integradas verticalmente tienen la capacidad de ofrecer servicios o productos similares o en su caso complementarios e inclusive generar un paquete de estos bienes, que ofrecen al consumidor a un precio menor que si se compraran por separado, a este séptimo incentivo se le denomina empaquetamiento de bienes y servicios, un ejemplo de esto son los laboratorios donde se realizan estudios, que ofrecen paquetes con más de un estudio, o también se puede dar entre productos dermatológicos.

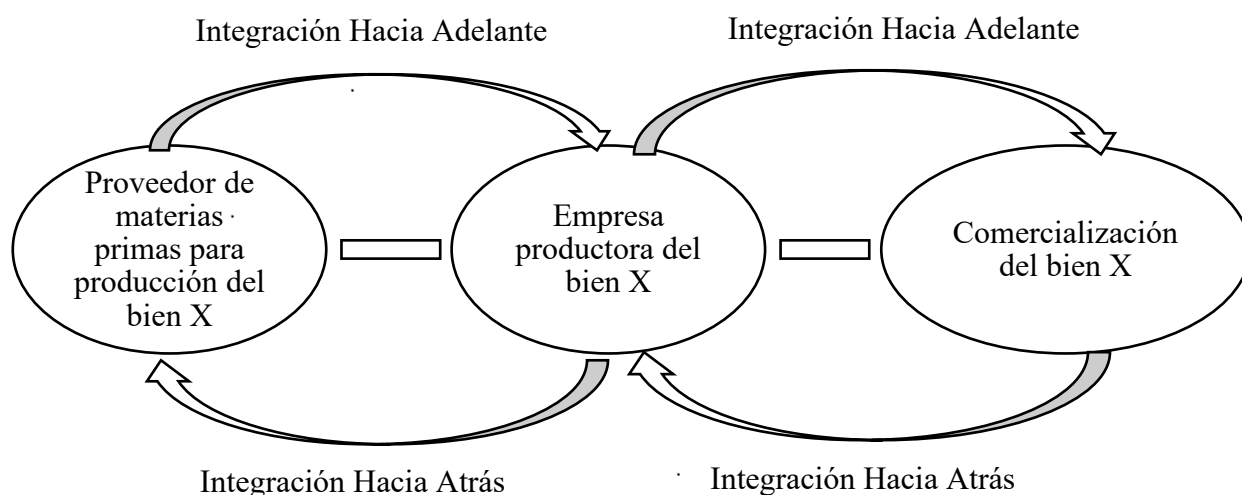
Esta integración permite que las empresas o grupos tengan mayores beneficios como lo son la reducción de costos o tener un mayor control con la calidad de los productos, así como sus tiempos de entrega, en consecuencia, puede resultar atractivo para estas entidades el integrarse de esta forma, pero de acuerdo con sus objetivos la entidad tendrá que decidir por algún tipo si desea abarcar etapas previas, futuras o todas ellas, como se explica a continuación.

#### 1.2.4.2. Tipos de integración vertical.

La integración vertical es una estrategia empresarial que permite a las empresas tener un control más concentrado durante las etapas de un producto, es por ello que dependiendo de las necesidades estas empresas o grupos esta integración será hacia adelante, hacia atrás, de manera completa o afilada, con el objetivo de reducir costos y aumentar la eficiencia operativa. Es por ello que de acuerdo con la necesidad particular de cada empresa esta se puede integrar verticalmente de acuerdo con cada uno de los tipos que se presentan a continuación.

**Figura 1.1.**

*Estabones de un producto*



**Nota.** Elaboración propia

**a) Integración vertical hacia atrás.** Esta integración se da cuando una empresa se incorpora a otra que se encuentra en una o más etapas previas a sus actividades o procesos, de esta forma se unificarán los procesos anteriores con el que se tiene.

Para ejemplificar esto se tomará a la figura 1.1 donde un producto pasa por tres etapas en la primera un proveedor de materias primas le vende a una empresa productora encargada de un producto x a su vez cuando este producto finaliza su proceso productivo una empresa comercializadora se encargará de la venta del producto, al existir una integración hacia atrás la empresa productora que decide generar las materias primas necesarias absorbiendo así el costo de recurrir a un proveedor.

**b) Integración vertical hacia adelante.** Esta integración sucede cuando se incorpora dentro de la empresa actividades que corresponden a las etapas siguientes de su cadena de valor. Retomando a la figura 1.1, suponemos que la empresa productora decide esta vez comercializar su producto el mismo, sin necesitar de un intermediario que lo comercialice por el bien en su lugar, integrando así la siguiente actividad a su cadena productiva.

**c) Integración vertical completa.** Este tipo de integración sucede cuando una empresa decide involucrarse las todas las fases que posee la cadena de valor de un producto o servicio, sin necesitar de cada empresa especializada, si bien esto disminuye los costos de negociar con otras organizaciones permitiendo que tenga mayor oportunidad de disminuir el precio de los bienes o productos que ofrecen al mercado, esto solo le da cierto nivel de poder en el mercado pero no completamente porque aún tienen competidores con productos similares.

**d) Integración vertical afilada<sup>7</sup>.** Finalmente, este tipo de asociación puede influir en tanto en la integración hacia atrás como la hacía adelante, puesto que se producen solo componentes clave dentro de una cadena de valor y compra el resto en el mercado, dependiendo del poder de mercado que posea la empresa puede representar una amenaza para los proveedores y clientes.

La integración vertical en sus diferentes tipos es un mecanismo que permite que se tenga un control más concentrado en la cadena de valor de un producto, y dependiendo de cual se elija se obtendrán beneficios diferentes, es decir si se decanta por una integración hacia atrás se buscara tener un mayor control en el manejo de los insumos utilizados; por otro lado si la integración es hacia adelante se eliminaran los intermediarios teniendo acceso directo a información sobre los consumidores y los bienes ofertados; en el caso de una integración completa se tendrá una mayor eficiencia operativa y reducirán los costos, por ultimo al integrarse de forma afilada te permitirá tener poder de negociación tanto con los proveedores como los consumidores.

Este tipo de integración da beneficios a las empresas que se encuentran integradas sin embargo también poseen sus limitantes como, por ejemplo, generar cierta dependencia de la

---

<sup>7</sup> Esta integración también es conocida como Tapered integration, es mencionada a por Michel Porter, pero para estudios más recientes es poco común encontrar información relacionada.

demanda interna que se tiene de los insumos o los productos que se ofrecen al mercado. Si bien esta estrategia puede mejorar la eficiencia y reducir costos, también puede llevar a la implementación de restricciones verticales, es por ello que una empresa debe evaluar a detalle las limitaciones que pueden influir en sus operaciones.

#### ***1.2.5. Restricciones verticales.***

De acuerdo con Tarziján y Paredes (2012), existen relaciones verticales que involucran a todos los actores que participan en una misma cadena de valor de un producto o servicio, donde estas conexiones se realizan mediante contratos en los cuales se imponen ciertas restricciones y de esta forma se restringe una de las partes de la cadena.

Por su parte Coloma (2005), explica que las restricciones verticales controlan las acciones de los agentes económicos implicados, y estas se implementan mediante contratos explícitos o implícitos, obligando a las partes a seguir ciertas normas que aumentan su interdependencia, donde estos acuerdos suelen alcanzar objetivos similares a los de una integración vertical parcial, y tienen que cumplir con ciertas características como las que se explican a continuación.

En primer lugar, se encuentran las ventas ligadas, donde dos empresas se ponen de acuerdo para comprarse productos mutuamente y a su vez se fijan las cantidades a comprar, esto puede beneficiar a ambas partes, debido a que ambos tendrán ganancias por las ventas de los insumos o servicios.

En segundo lugar, si se firma un contrato de exclusividad donde se especifica que la otra parte, es decir el agente solo le puede comprar o vender al principal y no a las empresas rivales, generando así una limitación al agente, otra forma en que estos se aplican también tiene que ver con zonas determinadas donde los vendedores están limitados a esta área en particular, generando también lo que son restricciones a la venta, siendo esta segunda una forma de asegurar que dentro de ese lugar no habrá otro vendedor igual.

El tercer aspecto es la fijación de precios de venta donde se permite fijar un margen de precio máximo y mínimo; o en su caso un precio único al cual se le puede brindar al público generando así una discriminación determinada al tipo de cliente que puede vender, esto se puede visualizar en los comerciales donde se promocionan productos a un valor determinado, en este caso los consumidores que deseen adquirir el producto buscaran que se les respete este precio.

Otro aspecto con respecto a los precios viene dado por los que no son lineales, es decir que tienen dos tipos de tarifas una fija y otra variable, en caso de las empresas puede depender de la cantidad de un bien que se desea adquirir y dependiendo esta las tarifas cambiarán, un ejemplo de ello sucede con los call center que promocionan algún producto, en este caso en su contrato especifica que deben cumplir con la venta de una cantidad determinada de ese bien, en caso de que las ventas sean mayores se les pagará una comisión por venta y en caso contrario que se incumpla el contrato por un tiempo definido el empleador (principal) podrá concluir con el contrato del empleado (agente).

En quinto lugar, están los descuentos por volumen, esta práctica también se denomina rebaja progresiva y se puede explicar de la siguiente forma suponiendo que un consumidor decide ir a una tienda mayorista, donde de acuerdo con la cantidad de productos que lleves se fija un precio determinado por unidad y a mayor sea esa cantidad menor será el precio.

El siguiente tipo de restricción puede ser determinada por la cantidad mínima que puede comprar un cliente o en su caso también se puede racionar la cantidad máxima a comprar de un mismo producto, que permite al principal tener un control sobre los bienes que oferta en mercado, esta situación también se puede dar cuando hay escasez de ciertos bienes que limitan la producción de otros se racionara los productos o disminuirán las cantidades de venta al público, y esto sucederá hasta que esta etapa termine.

Finalmente, se encuentra el sistema de franquicias en el cual Tarziján (2013), especifica que un contrato dentro involucrados los cuales son el franquiciante también denominado principal y el franquiciatario o agente; donde el primero es el dueño de la marca, este dueño decide si cede mediante un contrato los derechos de uso de esta; por su parte el segundo actor es quien desea obtener un contrato; donde mediante este convenio se determinarán las obligaciones y derechos de cada uno de los participantes.

Donde uno de los beneficios que ofrece este sistema es considerado por Tarziján y Paredes (2012) como una forma de expandir a una empresa sin necesidad de que el franquiciador tenga un capital propio, asimismo las restricciones verticales en su mayoría veces permiten que se de garantía de la calidad de los productos o servicios; también permite desarrollar la marca y establecer barreras de entrada, obteniendo un mayor poder de mercado, en este caso si por

ejemplo si un franquiciador desea generar publicidad para mejorar sus ventas y decide promocionar sus productos, esta publicidad también afectara a otros franquiciadores.

Estas restricciones permiten que los contratos establecidos por los agentes y principales sean más claros y busca disminuir los problemas de agencia que se pueden dar por falta de información dentro de una misma cadena de suministros, no proporciona una estabilidad dentro de un solo sector que por diversos factores puede afectar la cantidad demandada, como es el caso de que algunas decoraciones se venden por temporadas, lo mismo sucede con los bienes y servicios, esto genera que la demanda se contraiga fuera de ese periodo, haciendo que los precios disminuyan, es por ello que otras empresas o grupos empresariales optan por integrarse de forma que exista una diversificación entre sus negocios o productos también denominada como conglomerados.

#### ***1.2.6. Conglomerado***

Anteriormente se mencionó que existen empresas que se unen y generan una nueva entidad, en el caso de un conglomerado se puede definir como una gran compañía en la cual se poseen y gestionan varios negocios, industrias o entidades que operan en diversos sectores, con el fin de obtener beneficios en conjunto sin perder la independencia individual; donde su estructura general está construida por una empresa matriz, subsidiarias y sus filiales.

Dicho de otra forma, las empresas que buscan integrarse mediante un conglomerado lo hacen por diversas razones estratégicas que disminuyan sus riesgos y les permitan entrar a nuevos mercados, es por ello que el siguiente apartado abarcara estos motivos.

##### **1.2.6.1. Incentivos para un conglomerado**

Los incentivos o motivos por los cuales las empresas o grupos optan por integrarse de este modo se dividen en dos grandes grupos de acuerdo con Tarziján (2013), donde el primero se enfoca en maximizar la riqueza de los inversionistas de estas compañías y en consecuencia también se aumenta el patrimonio de los accionistas; el segundo tiene que ver con disminuir los problemas de agencia o la asimetría de información existente entre el principal y los agentes.

Dentro del primero grupo encargado de maximizar la riqueza se puede encontrar la diversificación del riesgo dado que, al integrarse las empresas en diferentes negocios, al existir una menor correlación entre sí, cuando algunos negocios sufran pérdidas otros tendrán

ganancias, a medida que aumente la variación en los sectores en los que se encuentran involucrados se tendrá mayor liquidez de activos.

Otro modo de aumentar la riqueza es mediante una sinergia operativa es decir que entre diversos sectores se pueden ayudar por ejemplo una cadena de comercio al por menor puede generar promociones a los productos de otra empresa perteneciente a este conglomerado, de esta forma se disminuirían los costos de publicidad que tendría que pagar esa entidad por incentivar la venta del bien. Este incentivo permite que se obtenga un mayor margen de negociación con los proveedores y a su vez, estas entidades puedan compartir recursos mutuamente.

Ahora bien, dentro del segundo grupo que se enfoca en la teoría de agencia, dentro de la cual se busca disminuir los costos de monitorear a los agentes por parte de los principales en ese sentido al existir una diversificación la necesidad de monitorear a los empleados por parte de los dueños disminuye porque sus ganancias no solo dependen de esa empresa, sino de todo un conjunto de ellas.

Otros incentivos adicionales son la entrada a diferentes mercados, es decir que esta unión de empresas diversificadas ocasiona que no solo se pueda incursionar en un sector o actividad específica, más bien da entrada a que se pueda ingresar a otras sin necesidad de arriesgarse demasiado al ser un sector desconocido; y el uso eficiente de los recursos disponibles donde al pertenecer a un conglomerado la empresa matriz puede movilizar los bienes y el capital humano, a su conveniencia para que el funcionamiento del mismo sea más óptimo.

#### **1.2.6.2. Tipos de Conglomerados**

**a) Conglomerado puro.** Es la unión de empresas totalmente independientes donde no se encuentran reunidas en un solo sector o mercado en específico; este conglomerado posee una gran diversificación a nivel sectorial que permite reducir riesgos

**b) Conglomerado horizontal.** Es la unión de diversas compañías que tienen el mismo producto o servicio, esto puede ser dentro de un mismo país, así como entre diferentes zonas o países, con el fin de aumentar su participación en el mercado y reducir su competencia

**c) Conglomerado vertical.** Se refiere a la asociación de empresas que tienen productos complementarios entre sí o en su caso operan también dentro de una misma cadena de valor, este

este tipo de conglomerado agrega múltiples empresas que se encuentran integradas verticalmente controladas por una empresa.

**d) Conglomerado mixto.** Este tipo de integración combina los dos modelos anteriores, es decir que posee o controla diferentes empresas en diferentes actividades o sectores, en él se pueden compartir los recursos de una empresa a otra.

**e) Conglomerado financiero.** Tal como su nombre lo indica este tipo de integración es dada por la asociación de empresas pertenecientes a este sector que buscan obtener un beneficio financiero mutuo.

**F) Conglomerado cooperativo.** Se considera así porque en esta asociación las empresas involucradas comparten recursos sin estar comprometidas en su forma de operar, es decir que aprovechan del uso de sinergias, con el fin de disminuir los costos individuales y aumentar sus beneficios como su poder de mercado

#### ***1.2.7. Comparación entre la integración horizontal, vertical y los conglomerados***

Antes se mencionó que las empresas han podido madurar debido a que han utilizado diversas estrategias entre ellas la integración horizontal, vertical y el conglomerado; de esta forma es importante explicar que poseen tanto similitudes como diferencias como se nota en la tabla 1; donde si bien todas estas formas de integración son independientes, no son necesariamente son excluyentes entre ellas, es decir que se pueden combinar para formar grupos empresariales.

En primera instancia estos tipos de integración son similares porque entre sus objetivos se encuentran el aumentar su poder de mercado o en su caso también prevalecer en el mercado cuando hay una empresa rival con una mayor influencia, además de que también son estrategias de crecimiento dentro de uno o más sectores y niveles en la cadena de suministro de la empresa, pero para poder optar por alguna integración es necesario que se invierta con recursos financieros como lo son los activos.

**Tabla 1.1.**

*Diferencias entre las formas de integración de las empresas o grupos empresariales.*

| <b>Tipo</b>            | <b>Diferencias</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Similitudes</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Integración Vertical   | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Las empresas son adquiridas o creadas con el fin de seguir un proceso previo o consecuente en la cadena de valor de un producto.</li><li>2. Mayor control en la cadena de suministro de un producto</li></ol>                                                | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Son estrategias de crecimiento y expansión.</li><li>2. Se busca aumentar el poder de mercado.</li><li>3. Requieren una gran inversión en recursos financiero.</li><li>4. Pueden generar economías de escala y sinergias entre las empresas.</li></ol> |
| Integración Horizontal | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pueden adquirir o fusionarse con empresas de diferentes sectores o dentro de un mismo sector sin necesidad de sea un proceso previo o consecuente en la cadena de un producto.</li><li>2. Hay un mayor poder de mercado en las economías a escala.</li></ol> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Conglomerado           | <ol style="list-style-type: none"><li>1. En este caso las empresas, o grupos empresariales no necesariamente están relacionadas en un misma actividad o sector, existe la diversificación.</li><li>2. Disminución del riesgo por estar en diferentes mercados o sectores.</li></ol>                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**Nota.** Elaboración propia

Dentro de las diferencias que muestra la tabla 1.1 se encuentran características propias de cada tipo de integración, es decir la vertical adquiere las empresas con el fin de tener más control en la cadena de insumo, producción y distribución de un producto o servicio, en el caso de la horizontal se encarga de diversos acuerdos para fusionarse, adquirir o crear alianzas estratégicas dentro de un sector, con el fin de obtener un mayor poder de mercado y finalmente se encuentran los conglomerados en el cual se busca diversificar los riesgos a través de diferentes empresas.

Otra diferencia viene de acuerdo con el tipo de conglomerado, el cual estar relacionado con la integración horizontal o vertical, por tener algunas características similares, sin embargo,

lo que los diferencia es que puede adquirir empresas de diferentes industrias, sin tener una relación clara entre ellas, o en su caso adquirir empresas integradas de alguna de las dos formas anteriormente mencionadas que quedarían bajo el control del conglomerado.

### **1.2.8. Grupos Empresariales**

Tomando en cuenta la estructura de los conglomerados se deduce que un conglomerado puede ser un grupo empresarial pero no necesariamente un grupo empresarial es un conglomerado. A pesar de ser muy similares entre sí, lo que distingue a uno de otro es que las filiales de un conglomerado son autónomas, en caso contrario un grupo empresarial le da ese poder y control a una empresa matriz que se encargara de dividirlo de forma jerárquica, para tener esto más claro hay que definir que es un grupo económico, tal como se realizará a continuación.

#### **1.2.8.1. Definiciones de los grupos empresariales.**

Para entender a mayor profundidad lo que es un grupo empresarial hay que comenzar a definirlo en este aspecto Chavarín (2011), afirma que:

Los grupos económicos (GE) son una forma de red de negocios en la que un conjunto de empresas es controlado por un pequeño grupo de accionistas mayoritarios, usualmente miembros de una familia o de un círculo cerrado de asociados con nexos sociales o étnicos. Las empresas de los grupos económicos están conectadas entre sí por vínculos formales o informales<sup>8</sup>... (p. 194)

Por su parte también de acuerdo con la Ley para Regular las Agrupaciones Financieras (2014, reformada el 9 de marzo de 2018) se puede definir como un “*grupo empresarial, al conjunto de personas morales organizadas bajo esquemas de participación directa o indirecta del capital social, en las que una misma sociedad mantiene el Control de dichas personas morales. Asimismo, se considerarán como Grupo Empresarial a los Grupos Financieros...*” (artículo 5, fracción 6).

Por otro lado, Santos y Arcudia (2012), definen a los grupos empresariales como un “*conjunto de empresas independientes controladas por un pequeño número de grandes*

---

<sup>8</sup> Para términos de esta investigación vínculos formales e informales será igual a vínculos directos e indirectos.

*accionistas, usualmente miembros de una familia extendida o de un círculo cerrado de asociados con nexos entre ellos” (p. 6)*

En adición a esto Castañeda (2010), menciona que *“un grupo económico es una red de empresas legalmente independientes que mantienen vínculos formales e informales de largo plazo y que llevan a cabo acciones coordinadas.” (p.603)*

Haciendo uso de las definiciones anteriores se puede definir a un grupo empresarial como un conjunto de empresas o personas morales, que se encuentran relacionadas de forma directa e indirecta. Por otra parte, el control y la gestión de esta organización conjunta se encuentra en manos de un grupo de personas designado por esta. Asimismo, este conjunto de personas debe discernir entre todas las ideas que se tienen junto con la información disponible para poder tomar decisiones y seguir la dirección de los objetivos que tienen marcados de forma idónea.

Esto nos da una pauta más clara de lo que son los grupos empresariales, pero esto solo da paso a preguntar ¿Cuáles son las teorías que se encuentran alrededor de estos grupos económicos en México?, es por esto, por lo que en los siguientes apartados se explicara mejor cada uno de estos aspectos.

#### **1.2.8.2. Teorías de los grupos empresariales en México.**

Castañeda (1998), menciona que la permanencia de los grupos empresariales en México ha sido posible gracias a que adoptaron estructuras oligopólicas con las cuales podían generar barreras de entradas en sus competidores, en las diferentes actividades que manejaban.

Por otra parte, Chavarín (2018), explica que hay cuatro teorías que permiten que los grupos empresariales sigan existiendo. La primera teoría mencionada se enfoca en las fallas de mercado donde se pueden obtener beneficios como el uso de materias primas escasas o inclusive de obtener información privilegiada generando así la asimetría de información, generando diversos negocios o empresas relacionados entre sí. La segunda teoría denominada economía política se enfoca en la relación del gobierno y las empresas donde el gobierno busca negociar con algunas empresas dando prevalencia y poder a los grupos económicos de cada sector.

La tercera teoría tiene que ver con el enfoque de sociológico, este enfoque tiene que ver principalmente con las redes empresariales dado que las empresas de gran escala, así como los grupos empresariales generan redes entre estas empresas y a su vez, formen lazos entre el

Estado. Finalmente, la cuarta teoría es el enfoque culturalista tomando en cuenta a Pesqueux (2008), precisa que la cultura que tienen las personas puede influir sobre las prácticas de administración de este, y a su vez pueden generar un cambio a largo plazo volviéndose instrumentos que utiliza el gobierno de las empresas.

En este enfoque también Chavarín (2011), establece que existe una vinculación entre la organización de las corporaciones que condicionan el comportamiento de los individuos, a su vez también hace referencia que en los países donde se usa este enfoque se tiene una gran concentración de la propiedad y se desconfía de los que no pertenecen a la red de negocios.

Todas estas teorías dan una idea del porque es posible que un grupo empresarial pueda crecer en un mercado donde la competencia no es perfecta y esta rivalidad ha permitido que algunos sean más privilegiados que otros, en ese sentido, todo esto no podría llevarse a cabo sin un buen control corporativo por parte de estos, es por ello por lo que en el siguiente apartado se analizara esto.

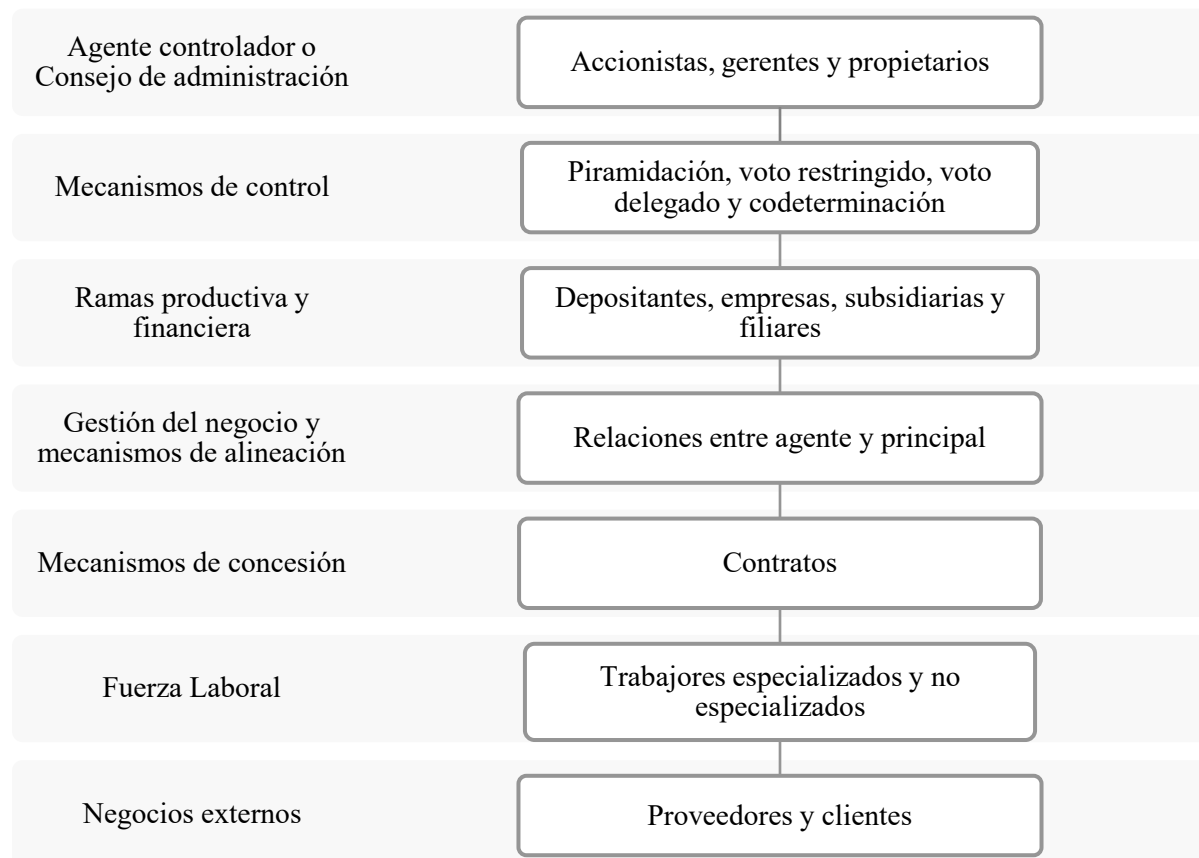
#### **1.2.8.3. El gobierno corporativo en los grupos empresariales en diversas dimensiones**

De acuerdo con la estructura de integración que decide adoptar cada grupo económico cambia su estructura y su poder de control con respecto a las demás, es por ello que se debe contar con un gobierno corporativo que permita cumplir con las obligaciones y objetivos que posee un negocio.

En este aspecto Tarziján y Paredes (2012), especifican que existen diversos tipos de organizaciones, donde dependiendo de la estructura o forma de integración decide por el tipo de control que permite administrar a cada empresa, esto puede ser de dos formas la primera consiste en que la propiedad de la empresa es desconcentrada aquí los accionistas pequeños o minoritarios tienen una gran participación en la toma de decisiones, por otro lado en el caso de la propiedad concentrada estas decisiones son dadas por un círculo cerrado, que tiene un control cruzado o piramidal; en el caso de Latinoamérica los grupos empresariales principalmente se decantan por el ultimo.

**Figura 1.2.**

*Relación entre las seis dimensiones y la estructura del gobierno corporativo.*



**Nota.** Elaboración propia con los datos *La empresa mexicana y su Gobierno Corporativo. Antecedentes y Desafíos para el siglo XXI*. Por Castañeda, G. (1988). Universidad de las Américas Puebla y Alter Ego Ediciones. y *Los grupos económicos en México a partir de una tipología de arquitectura y gobierno corporativo. Una revisión de sus explicaciones teóricas*. Por Chavarín, R. (2011). El trimestre económico, 78(309), 193-234.

En la figura 1.2 se observa como interactúa el gobierno corporativo desde diferentes dimensiones en el primer escalón tenemos al agente controlador o en su caso los consejos de administración, este grupo se encuentra conformado por los accionistas, (dominantes y pulverizados), los principales gerentes y los propietarios de un grupo empresarial. Estos agentes tienen influencia en la toma de decisiones, y de acuerdo con el tipo de empresa puede estar conformado por un control piramidal, jerárquico o en su caso un control cruzado.

La segunda dimensión observada tiene que ver con los mecanismos de control que ejercen las empresas estos se clasifican en cuatro, en primer lugar esta la piramidación, donde si

un accionista tiene acciones de más de una empresa con las que participa puede tener un poder de control mayor al resto de los integrantes; el segundo lugar es el voto restringido que se encarga de que todas las acciones que se vendan en un mercado solo una determinada cantidad posee derecho de participación y voto en la toma de decisiones; por su parte el tercer instrumento utilizado es el voto delegado, en el cual le otorga el poder a un accionista a tomar las decisiones en representación de los demás; y finalmente se encuentra a la codeterminación en la cual el poder se distribuye mediante un mandato legal o el que posee el poder tiene permitido formar parte de la toma de decisiones.

En el tercer eslabón se encuentra la rama productiva en la cual participan las empresas, subsidiarias o filiales, que realizan las actividades de una cadena de valor de una empresa; por su parte en la rama financiera encontramos a aquellas entidades que buscan atraer recursos económicos externos como lo son los depositantes.

Si bien en las tres primeras dimensiones se ha hablado actores separados todo se relaciona en la cuarta y quinta dimensión que tiene que ver con la gestión del negocio. sus mecanismos de alineación y los de concesión, esto sucede de la siguiente manera en primer instancia los agentes controladores toman decisiones y se las pasan al gerente de las empresas, subsidiarias o filiales, este se encargará de realizar de manera adecuada actividades para el funcionamiento de esas resoluciones tomadas anteriormente, para ello se usan los mecanismos de alineación donde se llegan a acuerdos entre el agente y principales con el fin de evitar los problemas de agencia entre los involucrados, es por ello que se utilizan los contratos<sup>9</sup>.

Dichos contratos también pueden ser usados dentro de la fuerza laboral puesto que, eso permite que se eviten acciones oportunistas tanto entre los empleados como los empleadores, donde los trabajadores se dividen en dos los cuales serán especializados en ciertas actividades o áreas y los que no lo son. Finalmente, cada empresa o grupo empresarial tiene que negociar, esto sucede con los proveedores en ello se maneja un costo ofertado del insumo, el tiempo para pagar la mercancía, y el tiempo de entrega. Por su parte en caso de los clientes la negociación viene dada por el precio a cuál será vendido el bien o servicio. Todo esto conforma el gobierno corporativo de un grupo empresarial donde se toma en cuenta diversos escalones que permiten el

---

<sup>9</sup> También denominados mecanismos de concesión

funcionamiento de este, sin esta estructura organizativa, no sería eficiente el manejo de los grupos empresariales.

En el siguiente capítulo se abordarán los grupos empresariales que se encuentran en México, cuales los sucesos que tuvieron que pasar para que se conformaran de la forma en la que se encuentran a ahora, además de dar énfasis como las redes que mantienen estas compañías son utilizadas para su beneficio.

## Capítulo 2. Grupos empresariales en México

### 2.1. Antecedentes de los grupos empresariales

El origen o antecedentes de las empresas y grupos empresariales (GE) en México se da a partir de 1890 de acuerdo con diversos textos y autores como Castañeda (1998), Besave (2001) y Bernal (2021), identifican que éstas se crearon en ese año bajo el contexto industrialización a mediados del porfiriato, se fundaron diversas empresas con el fin de ayudar al crecimiento del país.

Esto se debe a que en ese año el código de Comercio estableció los alcances de una sociedad anónima, lo cual se establecieron algunas condiciones favorables para la creación de las primeras grandes empresas a escala (Cerutti, 2018). Si bien esto explica porque y cuando surgieron las empresas aun no especifica cuales fueron las etapas que provocaron la creación de los grupos empresariales.

De acuerdo con Castañeda (2010) las condiciones para que los grupos empresariales pasaron por dos etapas principales; la primera etapa ocurrió 1890 durante el porfiriato donde las situaciones financieras, económicas y sociales del país, permitieron el nacimiento de las empresas, en diversas actividades económicas de la población, enfocados principalmente en la manufactura<sup>10</sup>, minería y transporte<sup>11</sup>.

La segunda etapa se centró en el periodo postrevolucionario (1940), y la implementación del modelo de sustitución de importación fomentaron la agrupación de las empresas hasta formar grupos empresariales; esto sucedió en el periodo de 1940-1970 donde se dieron las condiciones favorables crecimiento y expansión de estas empresas enfocadas a las necesidades del país.

Esta etapa también dio entrada a diversas empresas extranjeras, (Volkswagen, IBM y Ford) tomando así tres formas de organización la primera forma fueron las paraestatales<sup>12</sup> que explotaban los recursos naturales; la segunda forma fueron las transnacionales que buscaban establecerse en áreas donde no había tecnología en el país, como las farmacéuticas; y finalmente

---

<sup>10</sup> Empresas fabriles y agroindustriales

<sup>11</sup> Red ferroviaria

<sup>12</sup> Estas empresas surgieron en los años de 1920-1940 con 36 paraestatales, y, finalmente, entre tuvieron su auge 1970 y 1982 un gran total de 1,155 paraestatales.

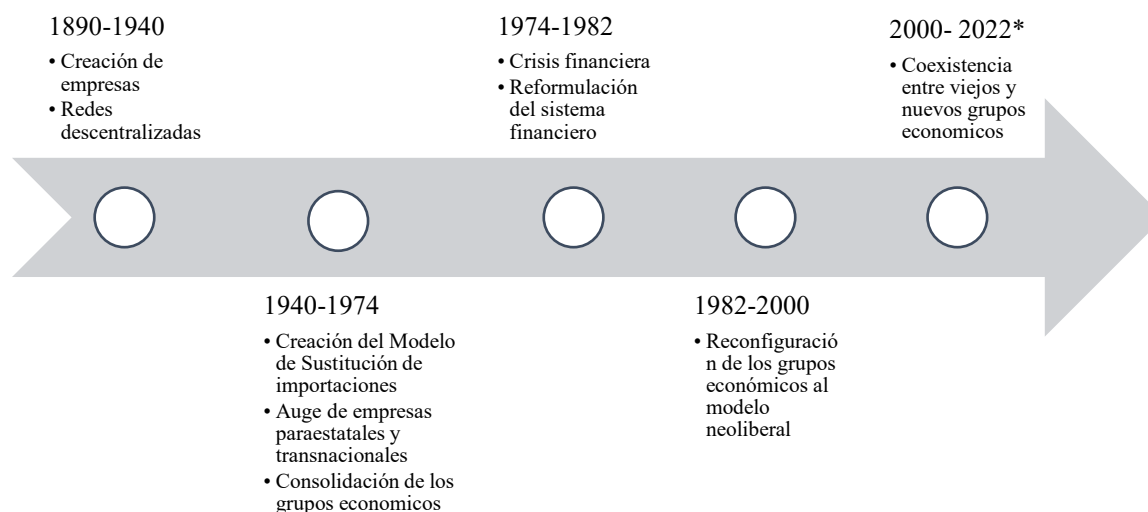
la tercera forma fueron los grupos económicos en la cual se tuvo una tendencia de control de la industria por la banca. Generando así un control centralizado del mercado.

De acuerdo con Basave (2001) y Bernal (2021), existen otra etapa más que permite la consolidación de las grandes empresas y los grupos empresariales para esta etapa se tomó en cuenta a una crisis producida durante 1974 y 1982.

Por su parte Reyes y Morales (2014) especifica que a partir de 1982 se hizo un reestructuración en los grupos económicos al modelo neoliberal, y finalmente Nercesian (2020), menciona una última fase que se sitúa entre los años 2000-2022 se habla de las disputas que han surgido entre los grupos económicos modernos y antiguos, en el caso de México solo se dividieron en dos los extranjeros y los residentes de país; para este análisis se dominaran como tercera, cuarta y quinta etapa, teniendo como referencia esto se puede decir que los grupos empresariales pasaron por al menos cinco etapas como se puede observar en la figura 2.1.

**Figura 2.1.**

*Etapas que permitieron la creación de los grupos empresariales*



**Nota.** Elaboración propia con datos de *Un siglo de grupos empresariales en México*. Por Basave, J. (2001). UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas, México. y *Política fiscal y financiera y grupos empresariales en México*. por Bernal, I. (2021). UNAM., 100-132

La primera etapa permitió la creación de nuevas empresas, durante la misma algunas compañías poseían características similares a los grupos empresariales, pero no fue hasta la segunda etapa donde estos GE se constituyeron como tal, por ejemplo; grupo Monterrey<sup>13</sup> creó empresas de manera independiente antes de denominarse un grupo como tal; y estas fueron: Fabricas Monterrey; Valores Industriales (VISA); Seguros Monterrey<sup>14</sup> y Cervecería Cuauhtémoc<sup>15</sup> que poseía divisiones como Vidriera Monterrey, Malta S.A.

En esta segunda etapa permitió la entrada a empresas transnacionales, también se consolidaron los grupos empresariales en México, por su parte el sector financiero empieza a tomar cada vez más peso en la economía, otros factores que contribuyeron a la esta estabilidad fue que la mayoría de los negocios tenían estructuras monopólicas y oligopólicas, algunas de las empresas involucradas son: Grupo Fundidora Monterrey; Grupo ICA; Grupo Bancomer; Grupo Banamex; Pfizer de México; Laboratorios Squibb y Volkswagen de México.

Además de que durante esta segunda etapa se creó el consejo mexicano de negocios (1962) como una asociación civil conformada por 10 empresas importantes en México, las cuales son Tubos de acero de México, Organización de Editorial Navarro, Operadora de restaurantes y cafeterías, Banca Comercial Mexicana, Grupo Minero México, Banamex, Televisa, Fundidora Monterrey, ICA, D.M. Nacional Hojalata y lámina (Hylsa), siendo este un grupo de gran poder e influencia dentro del país.

En la tercera etapa todas las grandes empresas y grupos empresariales fueron afectados, de alguna manera, provocando una quiebra estructural del sistema financiero debido a que no podían pagar la deuda externa, el Estado tuvo que apoyar a las grandes empresas y los grupos empresariales generando una alta concentración de capital, esto permitió una reestructuración de este sector (Bernal, I. 2021), en esta etapa los grupos más importantes fueron: Grupo Serfin; Grupo Alfa; Grupo VISA; Grupo CREMI; Grupo Vidriera<sup>16</sup>; Grupo Banamex; Grupo Bancomer;

---

<sup>13</sup> Este grupo se dividió en dos durante los años cuarenta a raíz de la muerte del Fundador Eugenio Garza Sada, Grupo VISA y Grupo Alfa; estas empresas se situaron alrededor de la Cervecería Cuauhtémoc y Banca Serfin; la siderúrgica Hylsa (posteriormente pasó a ser Ternium) y de las empresas Nylon, respectivamente.

<sup>14</sup> Posteriormente cambió su denominación a Banca Serfin y pasó a ser de propiedad extranjera.

<sup>15</sup> Posteriormente se convirtió en Grupo FEMSA.

<sup>16</sup> Cambio su denominación a Vitro

Comermex; Nacional Financiera; Financiamiento Industrial Somex; Siderúrgica mexicana, entre otros.

Por su parte la cuarta etapa se produjo a raíz de la crisis de 1982, la nacionalización de la banca y posteriormente su reprivatización, cuando esta nueva privatización de la banca sucedió se empezaron a implementar reformas neoliberales que generaron una reestructura en el sistema financiero y económico de México, donde la relación entre el Estado y los grupos empresariales empezaron a sufrir cambios, esto a su vez se empezó a permitir la entrada a nuevas empresas, de esta forma algunos de estos empezaron a tomar poder a nivel político. También durante este periodo estas agrupaciones económicas se fortalecieron y modernizaron a empresas transnacionalizadas con un crecimiento exponencial entre las que destacan los grupos pertenecientes a la familia Slim, FEMSA, Bimbo, BAL, CEMEX, entre otros.

Si bien en la cuarta etapa se tuvo un periodo de aprendizaje y reestructuración de la forma en la que las empresas llevaban las cosas, en esta quinta etapa vemos dos casos particulares la primera es que algunos grupos dejaron de ser mexicanos pasando a formar parte de algún grupo extranjero<sup>17</sup>; por otro lado, tenemos a otros grupos que se transformaron durante el periodo anterior, permitiendo que en esta nueva fase se fortalecieran y centralizaran su poder en el mercado mexicano. Hasta el año 2022 que es el periodo estudiado esta etapa se sigue manteniendo, por lo que en el siguiente apartado se analizara más a profundidad los sucesos antes mencionados.

## **2.2. Grupos económicos más importantes en México entre 2000 y 2022.**

Tal como se mencionó en lo antecedentes, los grupos económicos son controlados en su mayoría por una familia o un círculo cerrado de asociados con los que poseen negocios o algún tipo de relación, en este caso la toma de decisiones recae en gobierno corporativo vienen conformado por un consejo de administración.

Es por ello que se tiene un tipo de control piramidal o cruzado, permitiendo que se creen estructuras oligopólicas, esto se debe a que el país ha ayudado de forma indirecta a crear los GE y a su vez las redes entre empresas, donde Espinoza y Ricárdez (2016) mencionan que:

---

<sup>17</sup> Esto sucedió principalmente con los grupos financieros

Una de las estrategias que se han empleado en México para fomentar el crecimiento económico ha sido la creación de condiciones favorables para la integración de grupos[...]

La evolución de la agrupación de empresas en México denota la influencia de factores como: formas de organización basadas en estructuras familiares; control accionario depositado en un reducido grupo de personas; inversión de capitales en distintas ramas de la actividad económica controlada por una tenedora o bajo la responsabilidad de una familia o grupo mayoritario; vínculos estrechos entre bancos y empresas industriales caracterizados por el cruce de la propiedad accionaria e interconexión de directorios, reforzando con ello la influencia de ambos sectores en la política económica del país...(p. 184).

Con ello, se reafirma el peso que tienen las cuatro teorías de los grupos empresariales mencionadas por Chavarín (2011, 2018), donde la primera teoría que se dedicaba a explicar las fallas de mercado, si bien en esta teoría se destacan cuatro fallas importantes como lo son la competencia imperfecta, externalidades, bienes públicos y la información asimétrica. El siguiente ejemplo recalca el cómo obtener datos desiguales o incompletos puede generar algún tipo de situación que afecte tanto el precio como la calidad de algún producto.

Con relación a la economía política y la teoría sociológica vale la pena tomar en cuenta a Cokelet (2013), que explica que durante el sexenio de Adolfo López Mateos de 1958 a 1964; las grandes empresas crearon el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN)<sup>18</sup> en el año 1962, como una forma de estabilizar la economía Mexicana, las estrategias que utilizaron durante ese periodo fue la promoción de una imagen positiva por parte del Estado y las empresas pertenecientes al sector privado donde ambos usaron la colaboración y apoyo durante esa crisis económica. Una vez que paso esa crisis se empezaron a tener diversas reuniones con los presidentes posteriores durante más 50 años, es decir hasta el año de 2012 con el presidente Felipe Calderón Hinojosa.

En el año 2019 la Secretaria de Función Pública (SFP) otorgo una sanción mediante el IMSS al Grupo Fármacos Especializados, en el cual se inhabilito por dos años a participar en

---

<sup>18</sup> En el año 2015 se convirtió en Consejo Mexicano de Negocios (CMN)

procesos celebrados por la Administración Pública Federal (APF) y obtuvo una multa 905 mil 880 pesos, por proporcionar información falsa al decir que todos los bienes ofertados de un medicamento eran fabricados en México, cuando en realidad algunos tenían procedencia extranjera. Este caso nos demuestra la existente asimetría de información entre grupos, empresas y entidades gubernamentales.

Finalmente en la cuarta teoría denominada enfoque culturalista se habla de un sistema de control cerrado denotando que siempre en los puestos de poder se encuentran los mismos grupos y actores, esto se observa haciendo uso de los listados de expansión y CMN dado que desde el 2010 hasta el 2022, varios miembros del CMN han permanecido en el listado de los 100 empresarios más importantes del país; donde los grupos empresariales adquieren relevancia dado que las empresas involucradas en el listado pertenecen principalmente a los grupos económicos, como, Grupo BAL, FEMSA, Grupo México, Grupo Bimbo, Alfa, Cemex, Grupo Coppel, Televisa, Alsea.

Si nos remontamos a los antecedentes podemos notar que durante la cuarta y quinta etapa estos grupos se han mantenido como los más importantes generando así una elite del poder empresarial en la economía mexicana, haciendo uso de conexiones, también denominadas redes, donde el concepto se abordara más a profundidad en el siguiente apartado.

### **2.3. Las redes de las empresas en México**

Anteriormente se ha mencionado a las redes empresariales de manera implícita, pero de manera explícita Becerra (2008), afirma que las redes son mecanismos de integración entre diversos agentes dependiendo de la conveniencia de cada uno y estas a su vez pueden definirse como sociales, institucionales y empresariales, y cada una interactúa entre sí de forma directa o indirecta, teniendo tres elementos esenciales: nodos, relaciones o intercambios, y la comunicación, donde el primer elemento son los agentes involucrados, el segundo son intercambios de información, bienes y servicios, y el último elemento depende del tipo de rol que desempeña como parte de la red, y este es directa e indirecta.

Por su parte, Castañeda (1998), define a las redes sociales como *“las conexiones de cada miembro de la parentela, con individuos que pertenecen a otra parentela y agrupaciones afines, ya sean sociales, educativas, políticas o empresariales”* (p. 41) y a su vez define a las redes de

poder como “*Aquellas relaciones establecidas con miembros de parentelas ubicadas en las altas esferas del país, ya sean económicas o políticas*” (p. 42).

Lo anterior establece que existen relaciones que permiten que una empresa crezca y perdure a través del tiempo, a su vez se observa que las redes que se generan entre los grupos empresariales influyen a tener un crecimiento más acelerado que las empresas que no poseen estas conexiones.

Esto de acuerdo con Castañeda (2010), afirma que:

[...] las redes de negocios conocidas como grupos económicos y el efecto que éstos han tenido en el desempeño de la economía mexicana a partir de la década de 1940. Aunque con distintas variantes, estas redes se presentan en un gran número de países en desarrollo y en algunas economías avanzadas. La evidencia en México muestra que este esquema de redes es relativamente fuerte ya que ha logrado sobrevivir por más de un siglo, a pesar de importantes crisis políticas y económicas, y de diversos cambios tecnológicos, sociodemográficos e institucionales. (p. 603).

En ese sentido tal como Castañeda explica este esquema ha funcionado por más de un siglo arraigándose en la cultura del país y prevaleciendo hasta nuestros días (2022); formando alianzas estratégicas, de esta forma se buscan mantener el poder que se tienen en el país en unas pocas manos, es decir que se han conformado con mantener un control cruzado entre los participantes de los consejos de administración; o en su caso, aprovechando esas crisis como oportunidades para crecer en algún sector específico con el aumento proporcionado de los precios de los bienes.

Todo esto no podría ser posible sin un buen gobierno corporativo, tal como se observa en capítulo uno; donde hay que generar diversas actividades, que vayan encaminadas a una meta común, es por ello que las redes que se han ido formando con el tiempo, permiten que las decisiones sean tomadas por un grupo específico de personas.

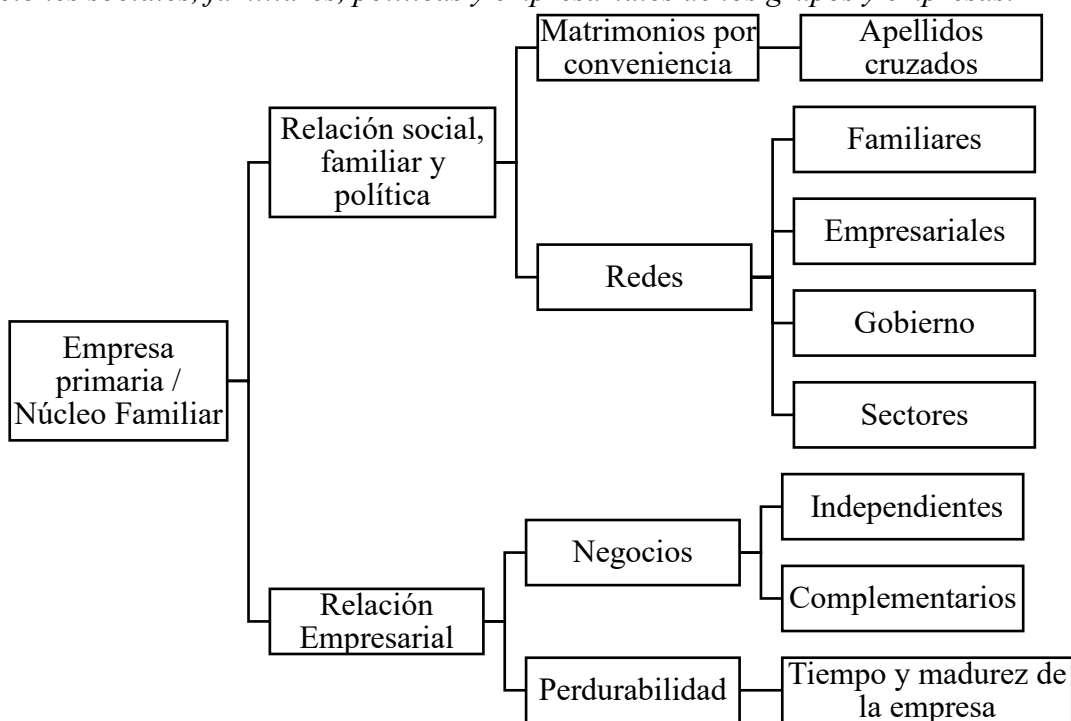
En la figura 2.2. establece que los grupos y empresas que se encuentran en un esquema de red tienen la siguiente estructura, en la cabeza se tiene una empresa matriz o primaria y esta se encuentra conformada por un núcleo cerrado el cual puede estar conformado por socios o

familiares de los creadores de la entidad<sup>19</sup>, en los GE esta primera entidad dirige a las demás entidades, posteriormente se ven dos niveles estas son las conexiones por las cuales una empresa empieza a crecer.

La primera es la relación social, familiar o política, en la cual las conexiones que se formen pueden generar sinergias entre la misma empresa, por ejemplo, se generan matrimonios por conveniencia de la empresa, relaciones sociales entre miembros de otras empresas donde se genera el control cruzado entre consejeros, por mencionar algunos.

**Figura 2.2.**

*Relaciones sociales, familiares, políticas y empresariales de los grupos y empresas.*



**Nota.** Elaboración propia con datos de *Familias Empresariales en México. Sucesión generacional y continuidad en el siglo XX.* (p. 99). Por Cerutti, M., 2018. Colegio de la Frontera Norte.

La segunda es la relación empresarial esta red se encuentra conformada por los negocios en los que una empresa o grupo empresarial incursiona, es decir que, teniendo en cuenta la empresa primaria se pueden generar dos tipos de negocios el primero es un negocio relacionado, es decir una empresa que elabora café soluble, puede adquirir o crear una empresa alterna que produzca azúcar, de esta forma los productos serian complementarios, en este tipo de negocios se

<sup>19</sup> Este es el consejo de administración

puede encontrar los dos tipos de integraciones, siguiendo el mismo ejemplo la empresa que produce café, puede comprar un plantío cafetalero, generando así una integración vertical, en el segundo caso donde se adquiere una compañía azucarera se generaría una integración horizontal.

Siguiendo con esto una empresa primaria puede también adquirir o crear negocios independientes entre sí, sin necesidad de que se encuentren relacionadas de alguna manera, retomando el ejemplo anterior la compañía de café, puede adquirir una empresa productora de ropa, ambos negocios no poseen relación alguna y pueden funcionar de manera individual y generar para el dueño o los socios beneficios sin ser afectados por la venta del otro.

Tomando esto en cuenta se infiere que las empresas que se encuentran relacionadas poseen una ventaja competitiva con respecto a los que no lo están, y esto a su vez, permite que el mercado pueda ser influenciado de alguna manera por barreras de entrada para los nuevos competidores. Por otro lado, estas redes no solo sirven para imponer algún tipo de barrera más bien funcionan de diversas formas, pueden compartir información disminuyendo así la asimetría existente entre las empresas y grupos empresariales participantes del mercado, también permitiendo que fluyan ideas y decisiones más premeditadas.

En los siguientes tres apartados se abordarán estas redes desde distintos ámbitos, donde el primero tiene que ver con la relación entre el estado y el mercado, ahí se abordara el peso de cada factor, como estos interactúan con México y cómo influye esto en la recaudación tributaria del mismo país, en el segundo apartado se analizara la vinculación entre la banca y los grupos empresariales.

### **2.3.1. *Relación entre el Estado y las empresas en México.***

Desde el punto de vista financiero y económico, las empresas juegan un papel muy importante en la situación económica que enfrentan los países, es así como se logran observar dos estructuras que predominan al momento de dirigir a un país, estas son el papel del Estado y el mercado; donde de acuerdo con el país cada una de estos tienen más peso, es decir, que existen países que se rigen principalmente por el mercado; el ejemplo más cercano de esto viene dado por Estados Unidos de América, por otro lado, en los países nórdicos el Gobierno tiene más peso.

En el caso de México nos encontramos con un país que posee una estructura mixta, es decir que tanto el gobierno como el mercado poseen un peso similar, e inclusive han contribuido con otro con el fin de apoyar a la economía que se tiene en el país, la forma que el estado ha contribuido a las empresas es explicado por Espinoza y Ricárdez (2016), donde especifican la existencia de

[...] apoyos del gobierno para el desarrollo industrial, entre los que destacan: respaldos a través del sistema financiero; protección ante la competencia internacional; creación de infraestructura y empresas paraestatales; concesión de obra pública, incentivos fiscales y subsidios, y aceptación condicionada de la inversión extranjera directa. (p.184).

Por su parte la forma en que las empresas han contribuido al Estado es con la fomentación de los empleos, además de contribuir al desarrollo económico del país, es por ello que desde esa perspectiva se han generado diversas relaciones con las empresas y si bien estas conexiones pueden ayudar a que se generen estrategias de crecimiento dentro de este, también es necesario explicar las compañías o grupos empresariales busquen maximizar los beneficios que pueden obtener.

Es por ello que las relaciones son una forma de obtener algún tipo de ventaja, especialmente la política, donde en caso de alguna situación o evento el gobierno puede decidir en ayudar de alguna manera a los principales grupos o empresas, con el fin de que la economía del país no se caiga en picada, puesto que todo afecta la percepción que se tiene de este ante otros países, es por ello que no es conveniente para el Estado enfrentarse ante una mala situación porque como todo esto brinda señales, y si esta es negativa afectara a las inversiones externas que recibe el país.

Ahora bien tanto los políticos como los empresarios son entes diferentes con distintas actividades, pero eso no quiere decir que entre ellos sus relaciones sean distantes, tal como se ha mencionado al inicio de este apartado sus conexiones son cercanas y se encuentran relacionadas por medios sociales, institucionales o empresariales, con los cuales interactúan de manera constante, una de estas interacciones es mediante la recaudación y el uso de los impuestos entre los cuales se enfrentan a problemas recaudatorios por parte de las empresas; otra relación es dada por el uso de un brazo financiero, como parte de la conformación de sus negocios; en el siguiente apartado se abarcan estas interacciones de manera particular.

### **2.3.1.1. Problemas entre la recaudación tributaria, las empresas y los grupos empresariales en México**

Si bien en el primer capítulo se explica que mediante la integración de conglomerados provoca que la diversificación de empresas tenga riesgos menores, este factor también contribuye a disminuir el pago de impuestos, puesto que Tarziján (2013), explica que esto sucede porque *“la corporación puede transferir las pérdidas de un negocio a otro para reducir, o al menos posponer el pago de impuestos”* (p.404).

De esta forma, aunque para la compañía tenga una ventaja al declarar sus contribuciones, esto se vuelve una desventaja dentro del país puesto que estas prácticas crean una recaudación ineficiente provocando que se generen diversas desigualdades en el sistema fiscal limitando así al Estado, de esa manera no se puede invertir adecuadamente en servicios básicos o en instrumentos que permitan ayudar a los sectores más vulnerables.

Dicho de otra manera, Tinajero (2023), menciona que existen problemas de recaudación de ingresos por parte de los impuestos en México, estos surgen en primera instancia debido a la elusión y evasión de impuestos de las grandes empresas o grupos, asimismo, un segundo factor que impide que se realice el cobro tributario es debido los privilegios fiscales<sup>20</sup> que los funcionarios de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) le otorgo a algunas instituciones u organizaciones durante el periodo del 2000-2018.

De acuerdo con el Gobierno de México (2019, 15 de julio), se estima que durante 2007 y 2018 se condonaron más de 400 mil MPD, de los cuales alrededor de 213 mil millones de pesos<sup>21</sup> pertenecen a 108 empresas, entre las cuales se encontraban se encontraban los grupos Televisa con \$20,488 millones; Banamex con \$15,848 millones ;Cemex con \$12,755 millones, Carso con \$10,292, Salinas con \$7,775 millones, Inbursa con \$7,344 millones ; Bancomer \$5,279 millones; Productos Roche \$4,005 millones; Lala \$3,813 millones y Ternium \$3,181 millones.

Todo esto se debió a que existían puntos de acceso preferenciales entre la SHCP y las empresas, es decir que, las empresas habían mantenido relaciones con miembros importantes de la primera entidad, en ese sentido Tinajero (2023), describió que es que estos burócratas

---

<sup>20</sup> Estos privilegios son excepciones, condonaciones, deducciones, reducción de tasas, y créditos fiscales

<sup>21</sup> Valores con base al 2018

contribuían a la creación de la política tributaria; y cuando salían de su cargo, buscaban formas de amparar o ingresar como trabajadores en los grupos empresariales o grandes empresas generando así problemas por parte de la nueva administración encargada de este cobro, provocando así una elusión o ciertos privilegios fiscales.

### ***2.3.2. Relación entre los grupos económicos y el sector bancario en México***

La historia del sector bancario en México, se remota al periodo de la independencia pasando por diversos cambios, en ese sentido, la Asociación Bancaria Mexicana (ABM) (s/f), explica que las primeras actividades se realizaban de manera informal, dicho de otra forma, el comercio se manejaba mediante el uso del trueque, los pagarés, el intercambio de diversas monedas nacionales o extranjeras y vales con endosos, este crédito era otorgado principalmente por la iglesia y algunos comerciantes.

Para resolver o disminuir a los problemas que se enfrentaban en el siglo XIX, en 1830 se creó el Banco de Avi6, el cual tenía como objetivo fomentar el desarrollo industrial del pa6, este banco tuvo que cerrar por falta de financiamiento. Pero fue hasta 1864 que el Banco de Londres inicio sus operaciones siendo este un banco privado, finalmente en 1884 surgi6 el Banco Nacional de M6xico, siendo este uno de los pilares que conforman el sistema financiero y bancario de M6xico.

Por su parte, Correa (2005), describe que a ra6z del periodo postrevolucionario este sistema bancario se encontraba concentrado principalmente por algunas compa6as o intermediarios, en este sentido, los principales beneficiarios eran los grupos econ6micos, dado que estos bancos les proporcionaban el capital necesario para el funcionamiento de las primeras empresas, siendo este el primer acercamiento en la relaci6n banca-empresa, es decir que las redes entre este sector y los grupos empresariales en M6xico se crearon entre esta 6poca pero se fortalecieron durante el siglo siguiente.

Sin embargo, aun con esta relaci6n existente entre los grupos y los bancos, Chavar6n (2010) y Reyes (2014), explican que durante el periodo de estatizaci6n de 1988 a 1992, la cantidad de bancos que exist6an disminuy6 hasta ser 18 bancos porque abarcaban gran parte del mercado y se volvieron principalmente de propiedad extranjera. Posteriormente, durante la etapa de la reprivatizaci6n de 1992 a 2002 de la banca, estas instituciones bancarias por diversos

procesos donde se fusionaron y algunos fueron adquiridos por otros bancos, generando así una forma de integración horizontal, de esta forma solo quedaron 6 grupos financieros principales los cuales son Scotiabank, Banorte, BBVA Bancomer, Santander, HSBC y Citigroup “Banamex”.

De acuerdo con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) (2024) Los grupos financieros anteriormente mencionados junto con el grupo Inbursa forman parte del G7 bancario<sup>22</sup> que por su prevalencia e importancia en el mercado mexicano se han vuelto en los más representativos del país donde en caso de existir una quiebra potencial por parte de alguno de los integrantes esto afectaría al sistema financiero en México.

Esta relación entre banca-empresa, se realizó de diversas maneras donde en primera instancia hubo algunos los grupos empresariales que se situaron alrededor de un banco, por otra parte, existen grupos creaban instituciones específicas que con el paso del tiempo servía como un brazo financiero para esto. Es por ello que en las siguientes figuras se hablara de las relaciones de estos grupos de manera general y posteriormente como es su relación con este sector, para ello hay que tomar en cuenta que todos los grupos empresariales mostrados a continuación forman parte del CMN, es decir que tienen conexiones entre ellos, como parte de una elite empresarial.

#### **2.3.2.1. Relación entre los grupos Inbursa y Carso**

La primera relación de este listado se encuentra construida por el grupo Carso y el grupo financiero Inbursa, este último grupo forma parte del G7 bancario donde de acuerdo con CNBV (2024), y se encuentra clasificado como un banco de primer grado de importancia<sup>23</sup>.

En la figura 2.3. se encuentra el conglomerado Carso, este está conformado por algunos grupos empresariales y empresas sin ninguna relación con sus actividades, por ejemplo, Sanborns se dedica principalmente al área comercial, ofreciendo productos y servicios para el consumo; por otra parte, se encuentra Condumex dedicado al sector industrial especialmente en el mercado cables: en cambio, las últimas dos compañías o subsidiarias de este consorcio se dedican al área energética con Carso Energy; y finalmente en el sector de construcción e infraestructura se encuentran dos subsidiarias la primera pertenece totalmente a este grupo, esta

---

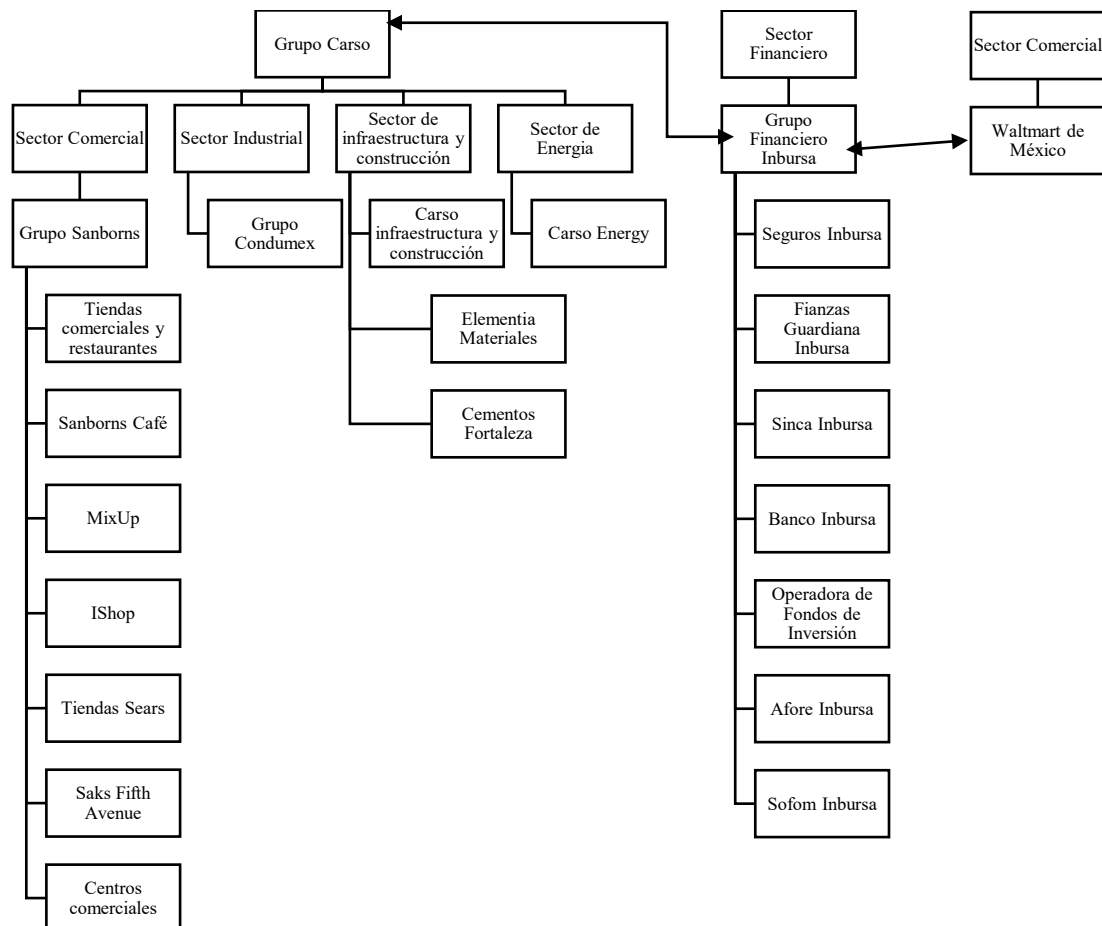
<sup>22</sup> Son los 7 bancos más grandes del país mexicano

<sup>23</sup> Estos bancos de importancia sistémica local se miden en cuatro grados o niveles y dependiendo de en cual se encuentren es la cantidad de capital adicional que deben tener para protegerse o evitar posibles crisis financieras de acuerdo con el comunicado de prensa N. 054 de CNBV y SHCP (26 de mayo de 2021)

es Carso infraestructura y construcción; por otro lado, este grupo posee una alianza estratégica con otro, es decir que tanto grupo Carso como Kaluz, formaron juntos otra empresa llamada Elementia materiales, además de adquirir Cementos Fortaleza en el año 2022. Ahora bien, antes se mencionó que hay dos estructuras principales en las cuales un grupo empresarial se hace de un brazo financiero, en este caso el grupo Financiero Inbursa se crea en un principio dentro del Grupo Carso, por medio del cual una casa de bolsa, una aseguradora y una promotora, de esta forma se relacionaron estos dos grupos puesto que el segundo creó instituciones financieras que con el paso del tiempo se convirtieron en el primer grupo. Este siendo el puente que une a ambos grupos.

**Figura 2.3.**

*Relación entre Grupo Carso, Grupo Financiero Inbursa*



**Nota.** Elaboración propia con datos de las páginas oficiales de Grupo Carso, Grupo Sanborns y Grupo Financiero Inbursa

Una estrategia de crecimiento que ha seguido Inbursa es mediante el uso de integraciones horizontales, entre las cuales se encuentran adquisiciones de instituciones financieras como Seguros de México, La Guardiania, Grupos Médicos<sup>24</sup>, Chrysler Financial Services México, la gran mayoría de estas, compañías adquiridas son aseguradoras, esto sucede porque este servicio se ofrece a diferentes tipos de clientes de acuerdo a sus necesidades, estos pueden ser funerarios, educativos, gastos médicos mayores y automotrices dentro de este se tiene una cobertura por caso de siniestros se reciba atención media a los asegurados, siendo esta una herramienta de protección para los consumidores. Una forma de ofrecer estos productos financieros usada por este grupo fue mediante una alianza estratégica en 2014 con una de las franquicias pertenecientes a grupo Walmart en México, con el fin de expandir su mercado ofreciendo créditos dentro de las tiendas comerciales Walmart de este grupo, como se puede observar en la figura 2.3.

#### **2.3.2.2. Relación entre grupo financiero Banorte, Gruma y grupo Hermes**

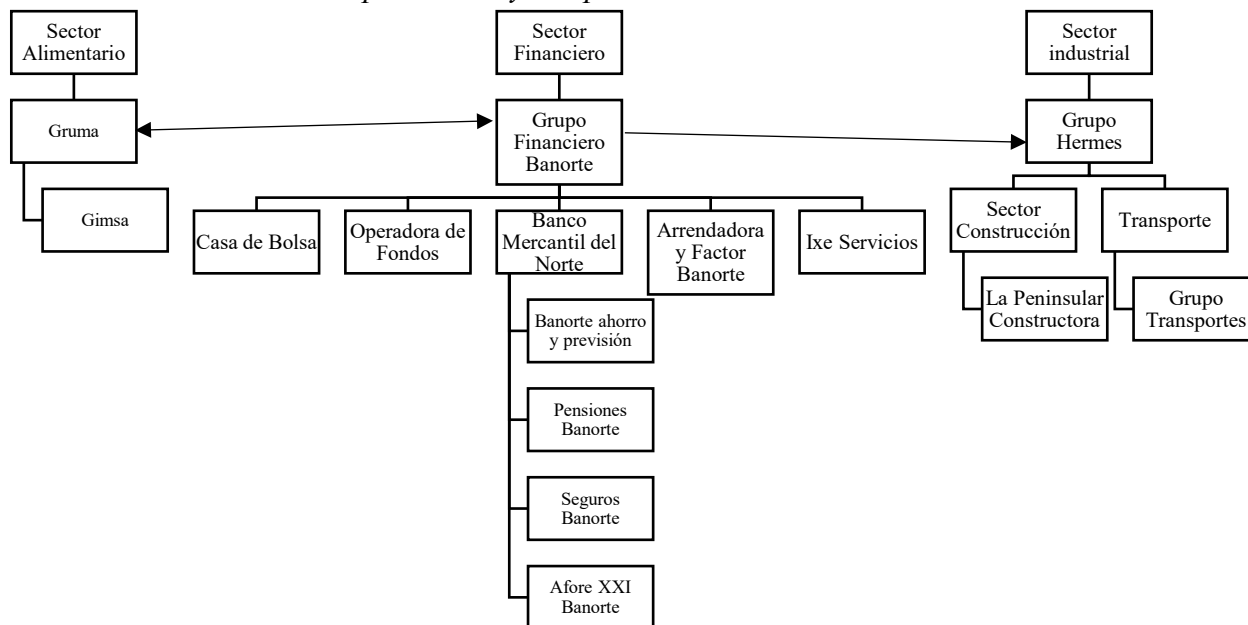
Por su parte la segunda relación se encuentra construida alrededor de los grupos Maseca (Gruma), Hermes y Banorte (GF Norte), donde este último está clasificado como un banco de segundo grado de importancia en México por parte de la CNBV (2024), así mismo su conformación al igual que grupo Carso este fue mediante el uso de diferentes integraciones horizontales, es decir que para expandirse esta institución bancaria se ha fusionado con Banco Mercantil de Monterrey, Banco Regional del Norte, Bancrecer, Ixe y Banco Interacciones; a su vez adquirió a Banpaís, Afin Grupo Financiero, remesadora Uniteller y remesadora Moltran.

---

<sup>24</sup> Cambio su denominación a Seguros de Crédito Inbursa y en el año 2017 se convirtió en parte de Inbursa Seguros de Caución y Fianzas

**Figura 2.4.**

*Relación entre Gruma, Grupo Hermes y Grupo Financiero Banorte*



**Nota.** Elaboración propia con datos de GF Norte, Gruma y Grupo Hermes

Las empresas que se encuentran dentro de este grupo financiero son casas de bolsa, operadoras de fondos, arrendadoras, por su parte se encuentra el sector bancario con sus sucursales Banorte estas se encargan de ofrecer servicios para el ahorro, pensiones, créditos y finalmente seguros que se al igual que el grupo anterior son automotrices, de vida, daños y de salud con seguros de gastos médicos originados por alguna enfermedad o accidente, todas estas empresas se encuentran en la figura 2.3.

La relación existente entre Gruma y GF Norte es realizada mediante un consejo de administración cruzado, esto se nota en primera instancia porque el presidente Gruma es consejero propietario de Grupo Financiero Banorte y viceversa, por su parte el consejero propietario principal de este lo es de Grupo Hermes; es decir que estos integrantes tienen una red social por medio de sus empresas, por otra parte, hay una conexión entre el sector alimentario mediante la Gimsa, industrial con la constructora “La Peninsular”, y financiero con este último grupo.

Esta relación viene desde los 90's<sup>25</sup> que es cuando los accionistas principales de Gruma decidieron invertir en el Banco Mercantil del Norte (Banorte), el cual, a raíz de la reprivatización

<sup>25</sup> De 1990-1999

de la banca 1992 fue adquirido por Gruma, reforzando de esta forma una alianza y un brazo financiero, estratégico que hasta el año 2022 se ha mantenido.

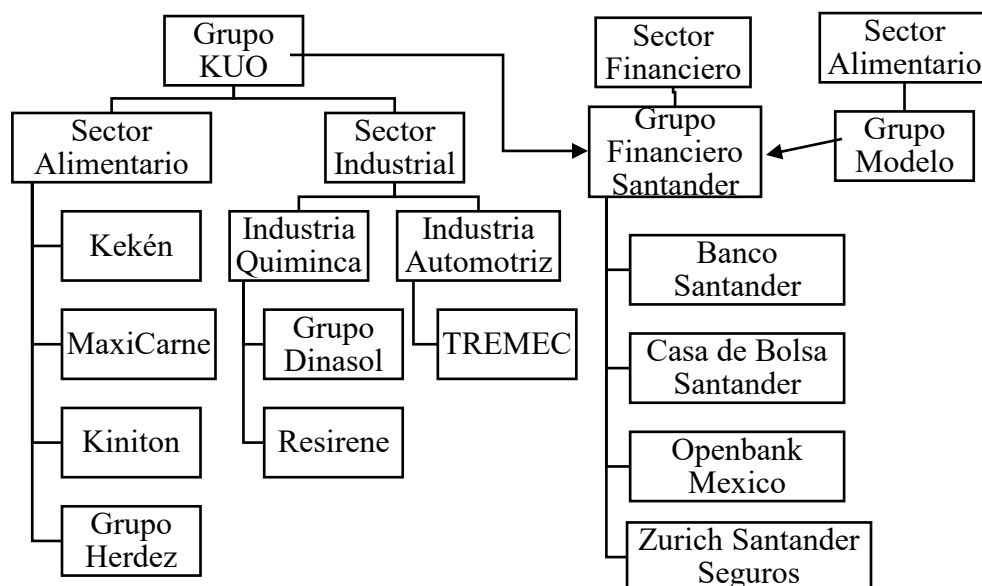
### 2.3.2.3. Relación entre los grupos financiero Santander, KUO y Modelo

Este grupo financiero al igual que los anteriores se encuentra clasificado como un banco sistémico de importancia local, donde a diferencia de los otros este está posicionado en tercer grado; esta institución al igual que las otras posee una relación con los grupos KUO<sup>26</sup> y Modelo durante los años 90's, como se puede observar en la figura 2.5.

El grupo KUO se encuentra conformado por actividades tanto en el sector alimentario con las empresas productoras de carne como Kekén, MaxiCarne y Kinton; además de tener una joint venture con grupo Herdez; por otro lado, también incursiona en la industria tanto química mediante el grupo Dinazol y la empresa resinera, como automotriz mediante la empresa TREMEC. En cambio, el grupo Modelo ha adquirido diversas compañías cerveceras enfocándose en esta primera actividad, y posteriormente en el año 2013 se vendió a Anheuser-Busch In Ver dejando de esta forma de ser una empresa mexicana.

**Figura 2.5.**

*Relación entre Grupo KUO y Grupo Financiero Santander*



**Nota.** Elaboración propia con datos de los grupos KUO, Modelo y Grupo Financiero Santander. Este grupo posee alianzas estratégicas con Grupo Herdez

<sup>26</sup> Anteriormente conocido como GRUPO DESC

Por otro lado, siguiendo con la trayectoria del grupo Santander en México (s.f.) se especifica que este banco paso a ser propiedad extranjera, es decir que su sede se encuentra en España, esto sucede debido a que en el año 1946 se compró en primera instancia a un banco nacional, y posteriormente se fue expandiendo, hasta llegar a tener entidades e instituciones financieras como una casa de bolsa, un banco y una aseguradora; la cual ofrece seguros de vida, pertenencias, para el hogar, empresas, de gastos médicos dentro de este último se manejan dos tipos los cuales son de hospitalización segura y los básicos contra enfermedades o accidentes.

La relación que une a estos grupos empresariales con Santander es explicada por Chavarín (2010), donde en un inicio este grupo financiero Santander surgió de la unión de los bancos Somex y Serfin; y durante el periodo de 1993 hasta 2001 se encontró relacionado mediante consejos de administración cruzados con los grupos Modelo y KUO.

Donde el porcentaje de esto consejos cruzados que tuvo esta institución bancaria fueron de la siguiente manera en año 1996 alrededor del 36% de los consejeros de Santander pertenecían dos grupos empresariales en la misma proporción, es decir, 18%, estos fueron Grupo modelo y KUO, posteriormente en el año 2001 esta forma dejo de existir y el banco dejo de tener relación con ambos.

#### **2.3.2.4. Relación entre Grupo BBVA, FEMSA y Grupo BAL**

Para finalizar con las instituciones bancarias que pertenecen al G7 bancario y poseen relación con algún grupo empresarial específico se tiene a la conexión entre el Grupo BBVA, grupo BAL y FEMSA. En este sentido el brazo financiero tiene un nivel de importancia de grado cuatro.

En la primera parte de la figura 2.6 se encuentra FEMSA esta compañía que anteriormente era parte de grupo Monterrey, el cual se conformaba por cuatro familias principales de acuerdo con Besave (2001), estas son la familia Garza Sada que tiene representación en grupos como FEMSA, ALFA, Vitro, Cydsa y Xignux; los Zambrano con CEMEX y grupo Proeza; los González Moreno pertenecientes a la asociación entre Banorte, Gruma y Hermes y finalmente estaba la familia Villareal con los grupos Villa Acero y Afirme.

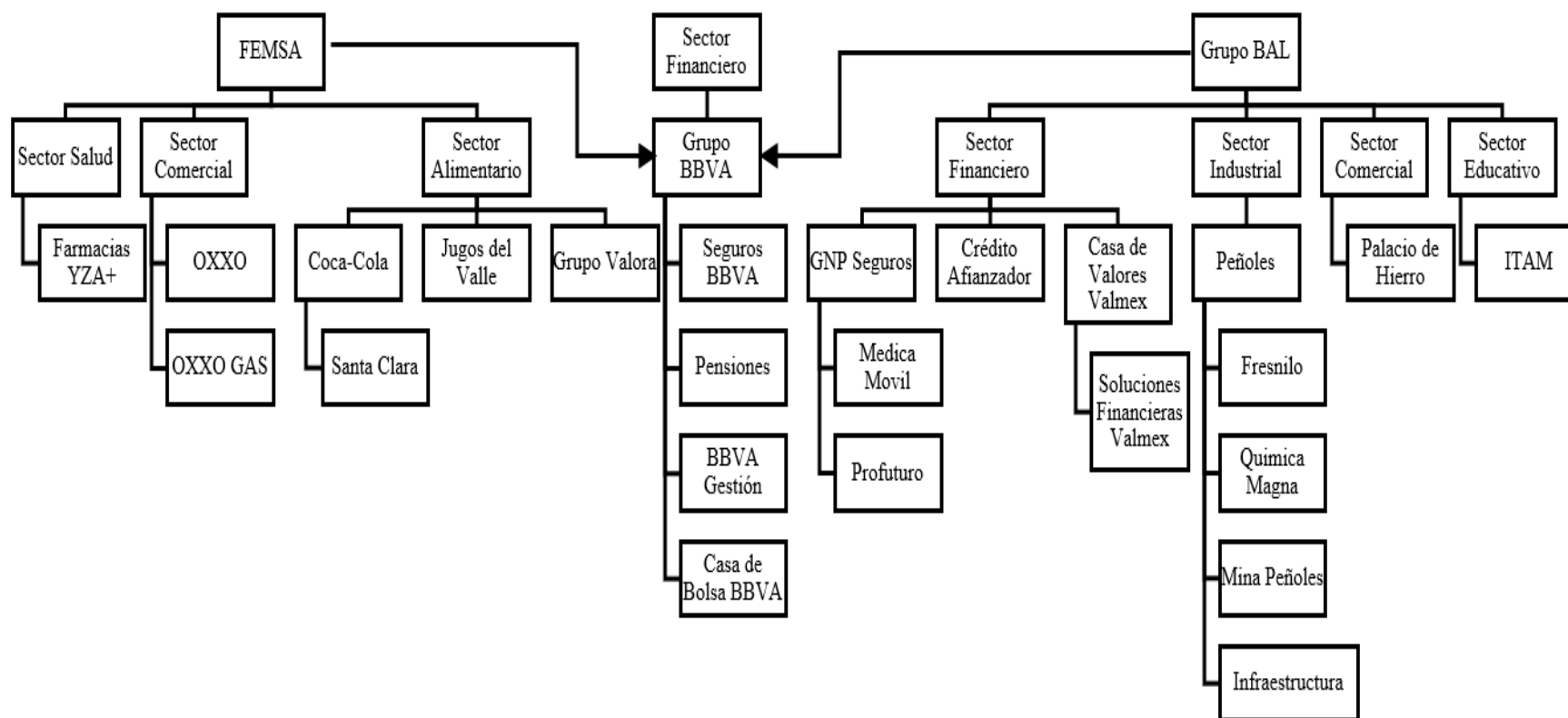
Tomando esto en cuenta tanto FEMSA como ALFA fueron parte de grupo Monterrey antes de que se dividiera, específicamente de la familia Garza Sada, al principio se habló de las redes existentes que permite a una empresa o grupo empresarial crecer haciendo uso de ellas, ahí se encontraban tanto los matrimonios como los apellidos cruzados, en este caso en particular esto

se reafirma porque el actual presidente José Antonio Fernández Carbajal se encuentra casado con alguien perteneciente a esa familia.

Ahora bien, siguiendo con la explicación de FEMSA este grupo posee negocios en sectores como salud con la venta y producción de medicamentos mediante las Farmacias YZA+, haciendo uso de una integración vertical hacia adelante; en el caso del sector comercial encontramos una restricción vertical es decir que una forma de expansión usada por este grupo es el uso de contratos de franquicias ; y finalmente se primaria que se encuentra dentro del sector alimentario con la producción de bebidas de las marcas Coca-Cola; Jugos del Valle, Santa Clara; y producción de alimentos mediante VALORA con productos horneados.

**Figura 2.6.**

*Relación entre los grupos FEMSA, BAL y BBVA*



**Nota.** Elaboración propia con datos de los grupos FEMSA, BAL y BBVA.

Por otra parte, otro grupo que se encuentra relacionado, es el grupo BAL (figura 2.6) este no pertenece al grupo Monterrey, sin embargo, es uno de los primeros grupos que se formaron puesto que se fundó en 1906 la primera empresa perteneciente de este, además de poseer actividades en diferentes sectores entre los cuales se encuentran el educativo con el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), el comercial con Palacio de Hierro, el industrial con Peñoles y el financiero mediante Casa de Valores Valmex, Crédito Afianzador y como los anteriores una compañía de aseguradora denominada GNP Seguros que tiene cobertura en automotrices (motos incluidas), hogar, vida (educación, retiro y ahorro) y finalmente de gastos médicos que contiene convenios con algunos hospitales, clínicas y médicos alrededor de los estados de la república mexicana.

En el caso del grupo BBVA su origen surge en el año 1932 cuando se creó el banco del comercio, posteriormente a raíz de la nacionalización y la reprivatización bancaria se convirtió en Grupo Financiero Bancomer, después en el año 2000 se fusiona con BBVA dando el nombre la institución que se conoce hoy en día; otra estrategia de expansión usada por esta entidad es la adquisición de Banca Promex e Hipotecaria Nacional.

Anteriormente se habló de una estructura donde los grupos económicos se sitúan alrededor de una institución financiera tal es el caso del grupo financiero BBVA, este banco no forma parte de ninguna asociación en particular, sin embargo, si se tiene a empresarios de diversas compañías dentro de su consejo directivo principal en México; formando así una relación entre la banca y empresas que ha existido desde antes de 1996.

Un ejemplo de esto es que dentro del consejo de administración de Grupo financiero BBVA en el año 2019 se encuentran consejeros propietarios como Antonio Bailleres González que es propietario de Grupo BAL; Carlos Vicente Salazar Lomelin que fungió como el presidente ejecutivo y director de FEMSA en ese año; y entre los consejeros suplentes está el presidente de grupo Alfa Armando Garza Sada.

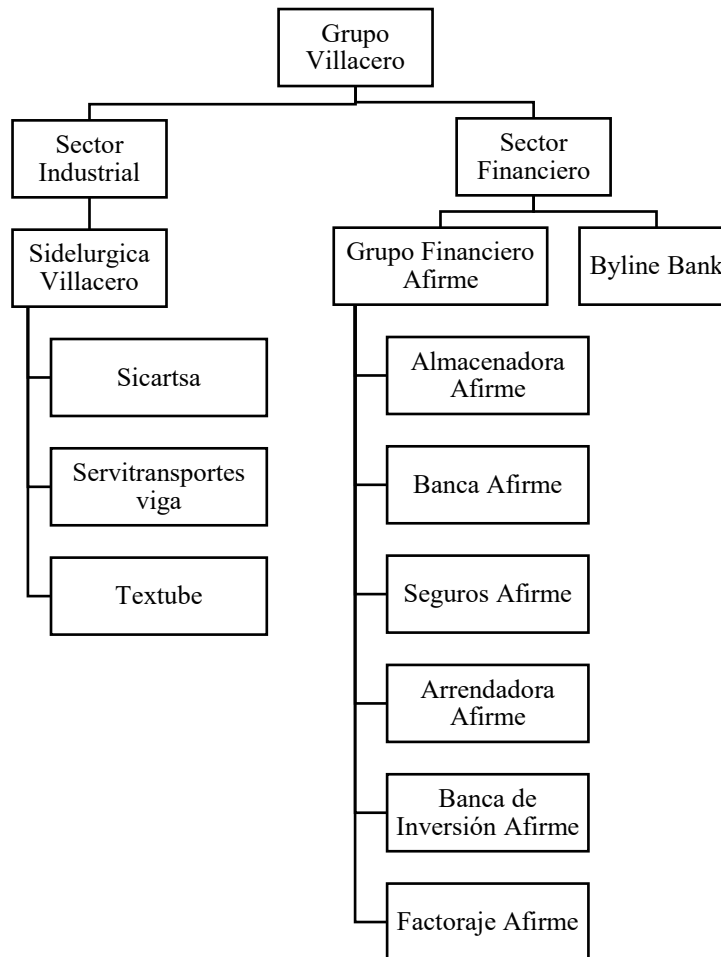
Esto demuestra que la relación banca-industria sigue existiendo en Banorte y BBVA dos de los bancos más importantes de México mediante los consejeros de cada institución, por otra parte, los próximos 5 grupos empresariales no pertenecen al G7 bancario.

### 2.3.2.5. Relación entre Grupo Villacero con Banco Afirme

Este grupo en un principio formo parte de otro más grande como se explicó en el apartado anterior, sin embargo, a raíz de la división de Grupo Monterrey, este paso a ser independiente, enfocándose principalmente en la producción y distribución del acero es decir una estrategia vertical puesto que Sicartsa elabora los bienes de acero como varillas o alambrones y estos a su vez son distribuidos mediante otra de sus compañías denominada Servitransportes Viga, en la figura 2.7. se logran ver que estos negocios pertenecientes al grupo se encuentran en sector industrial.

**Figura 2.7.**

*Empresas pertenecientes al Grupo Villacero*



**Nota.** Elaboración propia con datos del grupo Villacero y Grupo Financiero Afirme

Por otra parte, en esta misma figura se encuentra el grupo financiero Afirme el cual se creó un brazo financiero dentro de la asociación de Villacero, este se fundó en el año de 1998 después de la reprivatización de los bancos como parte del grupo Villacero. Este se encuentra conformado por almacenadoras, arrendadoras, factoraje financiero, una banca tanto múltiple como de inversión, y finalmente ofrece diversos paquetes de seguros entre los cuales se encuentran de vida, de empresas pymes, para las mascotas de casa, antifraude, automotrices y de salud mediante el de apoyo de hospitalización diaria, contra neoplastias como el cáncer.

#### **2.3.2.6. Relación entre los grupos Ve por Mas, Kaluz, y Orbia Advance Corp<sup>27</sup>**

El grupo principal es Kaluz, este grupo se encuentra conformado tanto por otros subgrupos como empresas independientes que de acuerdo con su especialización se están en diferentes sectores como el comercial con grupo pochteca encargado de la venta y distribución de insumos industriales; el sector inmobiliario mediante una subsidiaria perteneciente al grupo; la alianza estrategia con grupo Carso en el área de construcción e infraestructura por medio de Elementia materiales.

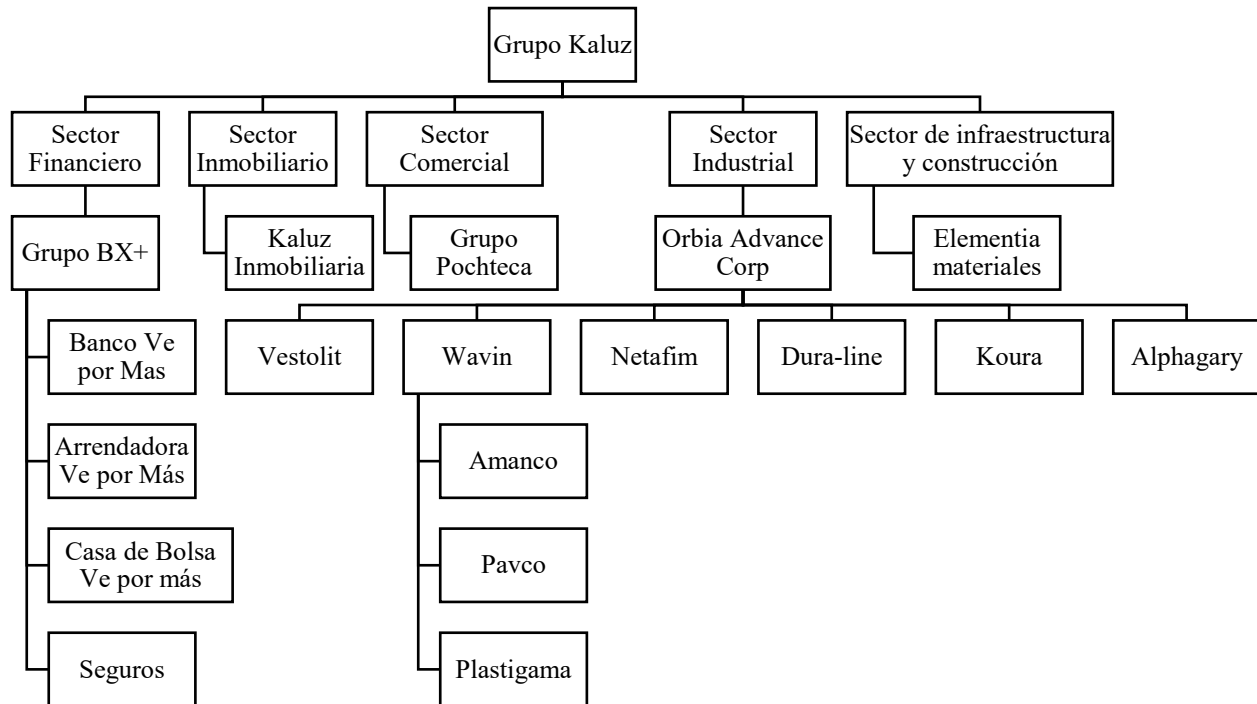
Por su parte, otro sector en el cual se encuentra involucrado el grupo Kaluz es el Industrial y el subgrupo encargado de este es Orbia Advance Corporation el cual está dedicado a producir tuberías plásticas, dentro de este hay empresas como Vestolit que produce de polímeros, Wavin que provee sistemas de tuberías para el manejo del agua, calefacción e infraestructuras; Netafim provee sistemas de riego para los agricultores, Dura-Line ofrece conductores de clave para fibra, además de otras tecnologías que permiten la conexión de redes inalámbricas, y finalmente esta Koura que se enfoca en la industria química produciendo bienes a base de fluorita. Cada una de estas empresas se pueden observar en la figura 2.8 y a su vez cuales son los sectores en los que este grupo tiene representación.

---

<sup>27</sup> Anteriormente su denominación era Mexichem fue cambiado en 2019

**Figura 2.8.**

*Empresas pertenecientes al Grupo Kaluz*



**Nota.** Elaboración propia con datos del grupo Kaluz, Orbia Advance Corp y Grupo BX+

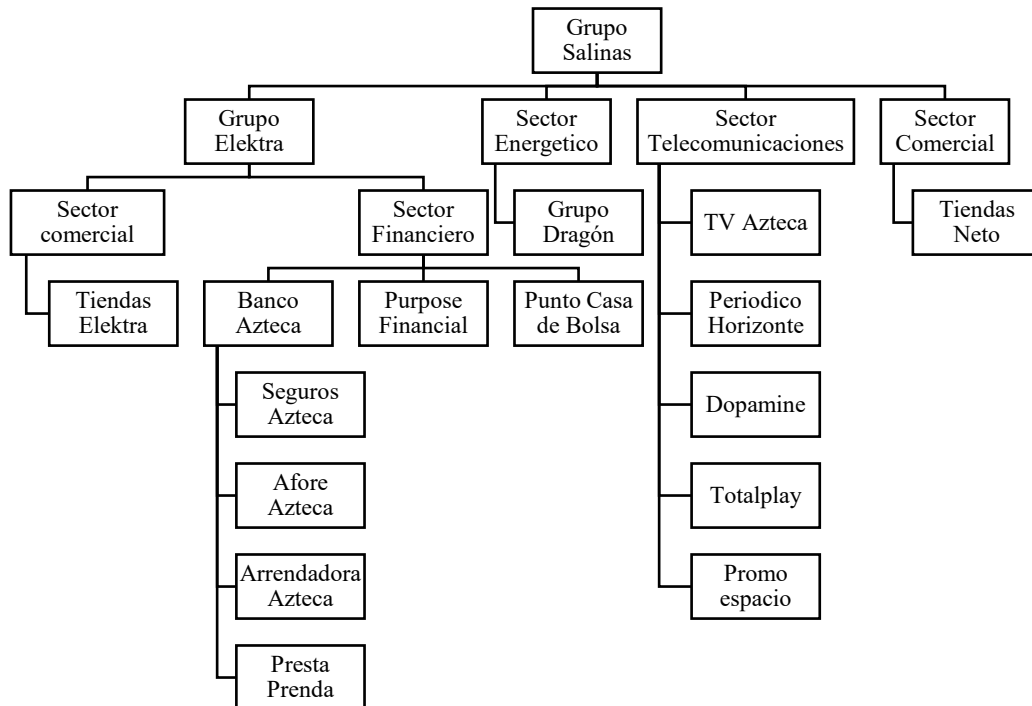
Asimismo, como parte del sector financiero de este grupo se tiene al subgrupo Ve por más que aunque es una institución financiera con poca participación a comparación de los grupos anteriores que pertenecen al G7 bancario, sin embargo, aun así ofrece productos como cuentas de débito o crédito, inversiones, arrendamientos y seguros, entre los cuales se encuentran los de vida, daños, inversiones, accidentes personales, autos y gastos médicos mayores, dentro de los últimos tres paquetes se oferta la atención medica en caso de un siniestro.

### **2.3.2.7. Relación de grupo Salinas con Elektra y Banco Azteca**

Este grupo se encuentra bajo el mandato de una empresa controladora es decir un núcleo, todas las demás asociaciones y compañías giran en torno a esta, mediante relaciones empresariales que manejan negocios independientes con diferentes sinergias estratégicas que permiten el funcionamiento de este conjunto de compañías.

**Figura 2.9.**

*Empresas pertenecientes al Grupo Salinas*



**Nota.** Elaboración propia con datos del grupo Salinas

En la figura 2.9 se muestra que este conglomerado está conformado tanto por grupos empresariales como compañías; estas si bien tienen relación entre sectores no se encuentran relacionadas entre sí, sin embargo como se explicaba en el capítulo anterior las integraciones que se hacen permiten surgir diversas sinergias y herramientas para que los grupos prosperen, un ejemplo de ello, es la promoción de los productos financieros como tarjetas de débito y crédito, dentro de las tiendas comerciales de Elektra, además de ofrecer comerciales ya sea mediante sus propios medios de comunicación, como en canales externos.

Los diferentes sectores en los cuales este grupo participa son el sector energético mediante el grupo dragón; las telecomunicaciones haciendo uso de medios de comunicación como televisión con TV Azteca, el promo espacio que es un conjunto de pequeños comerciales para sus negocios, estos se muestran en las pantallas dentro de las tiendas Elektra en área donde están las filas de espera de banco Azteca

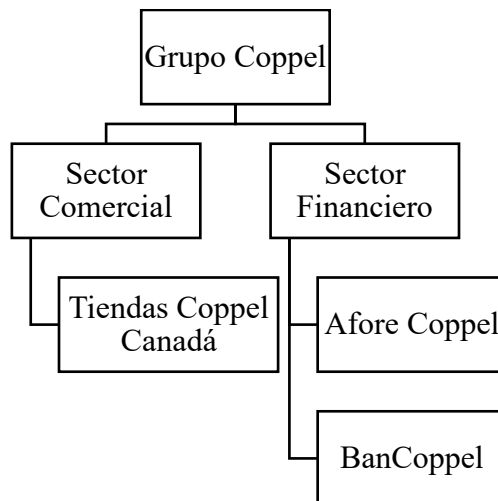
Ahora bien, en el sector financiero hay negocios como purpose financial encargada de préstamos no bancarios en Estados Unidos, casa de bolsa con Punto y banco azteca que ofrece servicios de arrendamiento, tarjetas de crédito o débito, afore, casa de empeño mediante presta prenda, y finalmente su compañía de seguros que ofrece paquetes en caso de un accidente, robo de bienes como motos o autos; y planes médicos para infartos u otras enfermedades.

#### 2.3.2.8. Relación entre Grupo Coppel y BanCoppel

Este grupo vio una oportunidad de negocio en la venta de muebles por crédito como consecuencia de la baja de ventas de los productos que ofrecían de contado a raíz de la falta de liquidez que tenían los consumidores provocada por la segunda guerra mundial, posteriormente, este negocio se expandió ofreciendo productos como ropa, calzado, muebles, entre otros, mediante las tiendas Coppel Canadá.

**Figura 2.10.**

*Empresas pertenecientes al Grupo Coppel*



**Nota.** Elaboración propia con datos del grupo Coppel

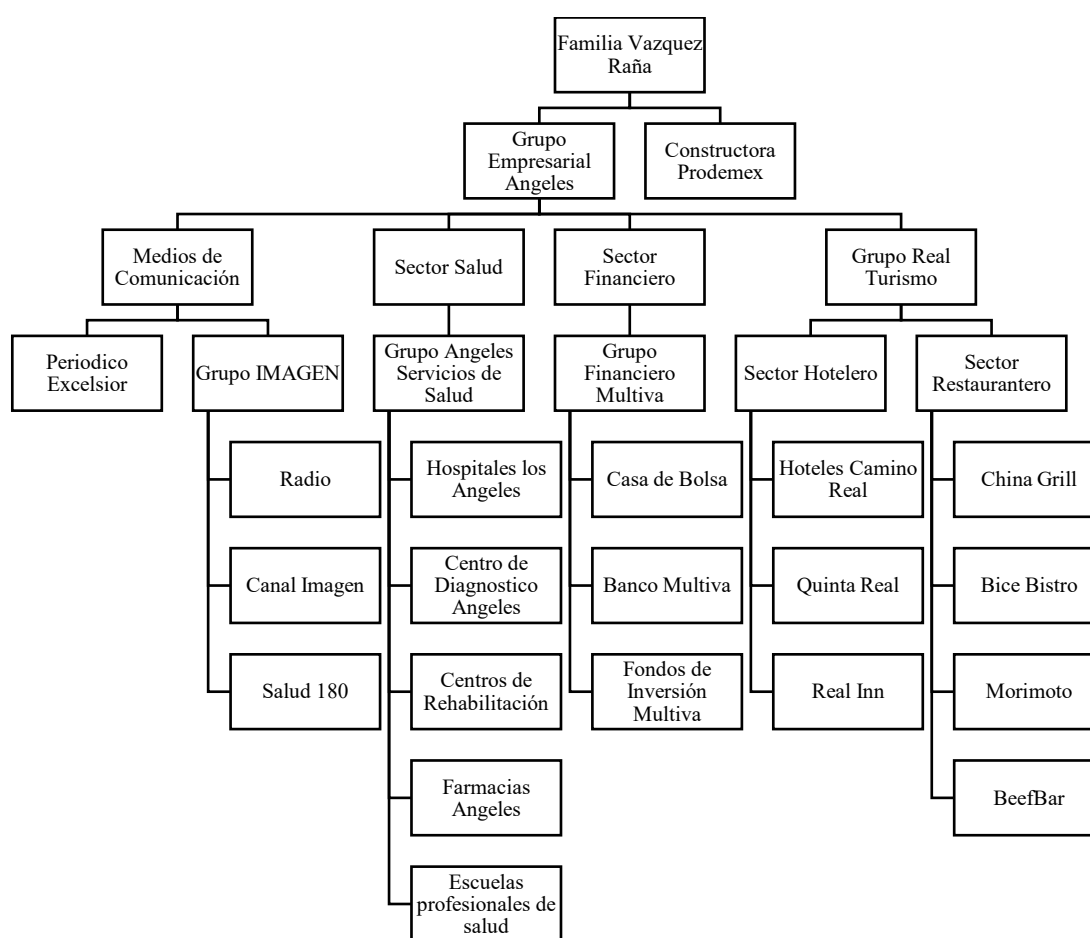
En la figura 2.10. se puede observar que grupo copel se encuentra enfocado en dos sectores el comercial y el financiero; en ambos se ofrecen créditos con la diferencia de que el primero es solo departamental y el segundo es una cuenta de crédito normal; además dentro del sector financiero se encuentra BanCoppel que ofrece productos como el anterior mencionado, tarjetas de débito, seguros para el retiro, médicos y de repatriación.

### 2.3.2.9. Relación de grupo Ángeles con Banco Multiva

Este conglomerado tiene grupos independientes entre sí, sin embargo, aprovecha las sinergias entre cada una de las empresas relacionadas, principalmente tiene actividades del sector terciario, es decir dedicado a ofrecer servicios y estos pueden ser como medios de comunicación, atención médica (salud), hoteles, restaurantes y financieros como se puede observar en la figura 2.11.

**Figura 2.11.**

*Empresas pertenecientes al Grupo Empresarial Ángeles*



**Nota.** Elaboración propia con datos del Grupo Empresarial Ángeles

Asimismo dentro de esta misma figura se pueden ubicar cuatro grupo donde cada uno está enfocado en un sector, en el primero están los medios de comunicación se encuentra Imagen que tiene un canal televisivo, radio y una página web dedicada a dar consejos de Salud; el segundo es Servicios de Salud que posee hospitales, Escuela de profesionales de salud,

Farmacias, centros de diagnósticos y rehabilitación; posteriormente está el sector financiero con Multiva que tiene casas de bolsa, banca digital y fondos de inversión, dentro del cual se ofrecen seguros de auto o vida; por su parte, Real Turismo maneja dos sectores relacionados entre sí y estos son el hotelero y restaurantero; al cliente que le ofrecen el servicio de hotel le recomiendan restaurantes de la misma cadena.

Como se explicó anteriormente los últimos cinco grupos se encuentran conformados por más subgrupos y cada uno de ellos se encarga de diferentes actividades, sin embargo, este grupo en particular a diferencia de los otros que solo ofrecen seguros relacionados con la salud tiene toda una rama dedicada a ofrecer servicios y productos de sector, donde esta división se encuentra integrada verticalmente; a diferencia de los grupos empresariales que están relacionados directamente con el sector financiero y por lo tanto manejan estrategias horizontales, en el siguiente capítulo que explica estos grupos y su relación con el sector salud se verá una diferencia dado que estos manejan estrategias verticales, así como su concentración en la elaboración de medicamentos.

## Capítulo 3. Los grupos empresariales y redes en el sector salud en México

### 3.1. Sector salud

Con la estabilización política a mediados de los 30's del siglo XX, los gobiernos posrevolucionarios pudieron construir un sistema de salud pública como fueron el IMSS (1943), ISSSTE (1959), sin embargo, sus esfuerzos no fueron suficientes para poder abarcar toda la demanda de salud de la población, y es por ello que se generaron diversos grupos importantes siendo estos tanto sociales como empresariales para atender la demanda

**Tabla 3.1.**

*Gastos por decil en porcentaje*

| Sector económico                                                                                                              | TOTAL   | DECIL   |         |         |         |         |         |         |         |         |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                                                                                                                               |         | I       | II      | III     | IV      | V       | VI      | VII     | VIII    | IX      | X       |
| Gasto total                                                                                                                   | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| Alimentos, bebidas y tabaco                                                                                                   | 37.68%  | 51.10%  | 48.77%  | 46.44%  | 44.60%  | 42.96%  | 41.22%  | 39.50%  | 36.91%  | 34.76%  | 28.33%  |
| Vestido y calzado                                                                                                             | 3.81%   | 2.92%   | 3.07%   | 3.17%   | 3.45%   | 3.59%   | 3.68%   | 3.92%   | 3.91%   | 4.02%   | 4.22%   |
| Vivienda y servicios de conservación, energía eléctrica y combustibles                                                        | 9.49%   | 10.86%  | 10.93%  | 10.91%  | 10.71%  | 10.28%  | 9.98%   | 9.70%   | 9.39%   | 8.81%   | 8.32%   |
| Artículos y servicios para la limpieza, cuidados de la casa, enseres domésticos y muebles, cristalería, utensilios domésticos | 6.08%   | 6.00%   | 5.81%   | 5.46%   | 5.33%   | 5.36%   | 5.34%   | 5.56%   | 5.44%   | 5.95%   | 7.56%   |
| Cuidados de la salud                                                                                                          | 3.37%   | 3.81%   | 3.13%   | 2.79%   | 2.68%   | 2.81%   | 3.02%   | 2.87%   | 3.31%   | 3.18%   | 4.28%   |
| Transporte; adquisición, mantenimiento, accesorios y servicios para vehículos;                                                | 19.30%  | 12.26%  | 14.13%  | 15.78%  | 16.72%  | 18.14%  | 18.88%  | 19.79%  | 20.82%  | 21.90%  | 20.88%  |
| Servicios de educación, artículos educativos, artículos de esparcimiento y                                                    | 9.81%   | 4.94%   | 5.92%   | 6.78%   | 7.55%   | 7.83%   | 8.13%   | 8.82%   | 10.03%  | 10.19%  | 13.80%  |
| Cuidados personales, accesorios y efectos personales y otros gastos diversos                                                  | 7.70%   | 7.01%   | 6.97%   | 7.10%   | 7.27%   | 7.21%   | 7.45%   | 7.45%   | 7.53%   | 8.16%   | 8.32%   |
| Transferencias de gasto                                                                                                       | 2.76%   | 1.11%   | 1.27%   | 1.58%   | 1.69%   | 1.82%   | 2.30%   | 2.38%   | 2.66%   | 3.03%   | 4.30%   |

**Nota.** Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), (2022).

En la tabla 3.1 se muestra como se encuentran distribuidos los gastos trimestrales entre las diferentes necesidades que tiene el ser humano, donde las principales erogaciones por parte, de los deciles se encuentran distribuidas entre la compra de alimentos, bebidas y tabaco con un 37.68%; y transporte, adquisición, mantenimiento de los vehículos con un 19.3% de manera general.

Se ve un gran cambio entre los principales gastos del primer y decimo decil, porque si bien sus principales gastos se encuentran en los mismos rubros, la cantidad que gastan es muy diferente por ejemplo el decil I gasta alrededor del 51.1% de sus ingresos en alimentación, mientras que el decil 10 solo usa el 28.33% de sus ingresos en lo mismo; en cambio los gastos en transporte son mayores para el último (20.88%) y menores para el primer decil (12.26%).

**Tabla 3.2.***Gastos por decil en valores absolutos*

| Sector económico                                                                                                                        | DECIL        |              |              |              |              |              |              |              |               |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|                                                                                                                                         | I            | II           | III          | IV           | V            | VI           | VII          | VIII         | IX            | X             |
| Gasto total                                                                                                                             | \$ 13,411.00 | \$ 22,421.00 | \$ 29,201.00 | \$ 35,947.00 | \$ 43,341.00 | \$ 51,924.00 | \$ 62,412.00 | \$ 76,736.00 | \$ 100,866.00 | \$ 200,696.00 |
| Alimentos, bebidas y tabaco                                                                                                             | \$ 6,852.82  | \$ 10,934.39 | \$ 13,561.03 | \$ 16,030.95 | \$ 18,621.04 | \$ 21,404.05 | \$ 24,651.04 | \$ 28,321.55 | \$ 35,063.13  | \$ 56,849.59  |
| Vestido y calzado                                                                                                                       | \$ 390.94    | \$ 689.13    | \$ 926.68    | \$ 1,238.92  | \$ 1,555.25  | \$ 1,912.93  | \$ 2,449.29  | \$ 3,003.45  | \$ 4,053.47   | \$ 8,474.26   |
| Vivienda y servicios de conservación, energía eléctrica y combustibles                                                                  | \$ 1,456.69  | \$ 2,451.26  | \$ 3,185.36  | \$ 3,850.23  | \$ 4,455.96  | \$ 5,182.58  | \$ 6,056.30  | \$ 7,201.76  | \$ 8,885.12   | \$ 16,699.23  |
| Artículos y servicios para la limpieza, cuidados de la casa, enseres domésticos y muebles, cristalería, utensilios domésticos y blancos | \$ 804.55    | \$ 1,302.78  | \$ 1,594.23  | \$ 1,915.17  | \$ 2,322.13  | \$ 2,771.63  | \$ 3,467.08  | \$ 4,170.73  | \$ 6,005.56   | \$ 15,169.75  |
| Cuidados de la salud                                                                                                                    | \$ 510.82    | \$ 700.98    | \$ 814.73    | \$ 962.74    | \$ 1,216.51  | \$ 1,565.85  | \$ 1,792.76  | \$ 2,542.41  | \$ 3,208.35   | \$ 8,582.20   |
| Transporte; adquisición, mantenimiento, accesorios y servicios para vehículos; comunicaciones                                           | \$ 1,644.32  | \$ 3,167.60  | \$ 4,606.46  | \$ 6,012.12  | \$ 7,861.90  | \$ 9,801.53  | \$ 12,352.29 | \$ 15,979.56 | \$ 22,092.33  | \$ 41,915.36  |
| Servicios de educación, artículos educativos, artículos de esparcimiento y otros gastos de esparcimiento                                | \$ 662.38    | \$ 1,327.66  | \$ 1,978.67  | \$ 2,713.79  | \$ 3,392.31  | \$ 4,223.01  | \$ 5,503.67  | \$ 7,695.72  | \$ 10,274.63  | \$ 27,689.65  |
| Cuidados personales, accesorios y efectos personales y otros gastos diversos                                                            | \$ 939.70    | \$ 1,562.37  | \$ 2,073.19  | \$ 2,614.21  | \$ 3,125.07  | \$ 3,868.49  | \$ 4,652.09  | \$ 5,776.28  | \$ 8,231.16   | \$ 16,689.59  |
| Transferencias de gasto                                                                                                                 | \$ 148.78    | \$ 284.84    | \$ 460.66    | \$ 608.88    | \$ 790.83    | \$ 1,193.93  | \$ 1,487.49  | \$ 2,044.53  | \$ 3,052.26   | \$ 8,626.38   |

Por otro lado, los dos menores gastos que realizan los consumidores se encuentran distribuidos entre transferencias con 2.76% y cuidados de la salud con 3.37% de su ingreso siendo este último, de interés para la realización de esta investigación. Dentro del sector salud el décimo decil gasta alrededor del 4.28% de sus ingresos en cuidados de la salud siendo un valor absoluto de \$8,582.20, mientras que el primero gasta 3.81%, sin embargo, aunque el porcentaje es similar al último decil pero en cifras es diferente, puesto que este primer decil solo gasta \$510.82, siendo 16.8 veces menor al último, como se observa en la tabla 3.2; en cambio el decil que tiene un desembolso menor en el porcentaje su renta es el cuarto decil, a pesar de ello, su gasto es de \$962.74. Con esto en mente, es necesario conocer como se distribuye esta erogación entre los diferentes servicios y productos.

En el capítulo 2 se mencionaron a diferentes instituciones bancarias que están o estuvieron relacionados en algún periodo de tiempo con grupos empresariales, y ofrecen diferentes paquetes de seguros, dentro de los cuales se encuentra el de gastos médicos, en la tabla 3.3 se especifica que el 6.69% del gasto en salud se utiliza estos seguros donde el principal consumidor es el decil X, puesto que tiene eroga al menos el 16.75% en este rubro.

**Tabla 3.3.***Gastos en salud por decil*

| Tipo de gasto                                        | Total   | Decil   |         |         |         |         |         |         |         |         |         |
|------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                                                      |         | I       | II      | III     | IV      | V       | VI      | VII     | VIII    | IX      | X       |
| Cuidados de la salud                                 | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| Servicios médicos                                    | 25.27%  | 21.04%  | 25.52%  | 26.91%  | 26.60%  | 26.28%  | 23.95%  | 24.03%  | 25.05%  | 27.67%  | 24.81%  |
| Medicamentos recetados                               | 24.26%  | 31.65%  | 32.05%  | 31.87%  | 29.39%  | 30.24%  | 27.69%  | 27.19%  | 25.70%  | 24.20%  | 16.95%  |
| Atención hospitalaria (no incluye parto)             | 18.70%  | 22.28%  | 17.54%  | 16.85%  | 14.06%  | 15.19%  | 20.29%  | 20.39%  | 18.86%  | 21.49%  | 18.07%  |
| Servicios médicos y medicamentos durante el embarazo | 2.47%   | 3.19%   | 2.39%   | 2.38%   | 5.32%   | 2.34%   | 2.79%   | 2.34%   | 2.94%   | 2.18%   | 1.87%   |
| Servicios médicos durante el parto                   | 4.95%   | 3.23%   | 4.51%   | 2.73%   | 4.95%   | 6.86%   | 3.29%   | 5.27%   | 6.22%   | 3.17%   | 5.82%   |
| Medicamentos sin receta y material de curación       | 8.05%   | 11.25%  | 10.91%  | 11.68%  | 10.91%  | 10.83%  | 9.39%   | 8.95%   | 7.97%   | 7.47%   | 5.38%   |
| Medicina alternativa                                 | 2.22%   | 2.86%   | 2.80%   | 2.07%   | 2.35%   | 1.94%   | 2.08%   | 2.02%   | 1.82%   | 1.96%   | 2.45%   |
| Aparatos ortopédicos y terapéuticos                  | 7.39%   | 3.58%   | 3.88%   | 4.67%   | 5.77%   | 5.62%   | 8.89%   | 7.65%   | 8.76%   | 8.71%   | 7.89%   |
| Seguro médico                                        | 6.69%   | 0.93%   | 0.40%   | 0.84%   | 0.65%   | 0.71%   | 1.63%   | 2.17%   | 2.68%   | 3.15%   | 16.75%  |

**Nota.** Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), (2022).

Al ser este el grupo que es el que mayormente adquiere los contratos con compañías aseguradoras, sus gastos en medicamentos sin receta con 5.38%, y servicios médicos durante el embarazo con 1.87% son menores a comparación de los demás, puesto que, en el primer caso los demás deciles gastan más del 7% de sus ingresos en salud en estos fármacos; por su parte el segundo caso la diferencia no es tan grande dado que los demás destinan más del 2.1%.

Todo esto termina siendo esto una suma significativa de acuerdo con cada decil para las personas que no se encuentran asegurados por un seguro de salud ya sea público o privado, y más teniendo en cuenta si se basa en que según INEGI (2020) el 73.5% de la población se encuentra afiliada uno o más servicios de salud, distribuidos de la siguiente forma el 51% se encuentra afiliado al IMSS; el 35.5% en el INSABI o seguro popular; 8.8% en ISSSTE o ISSSTE estatal; 1.3% en Petróleos Mexicanos (PEMEX), el 1% IMSS Bienestar, finalmente dentro de esta clasificación solo el 2.8% se encuentra asegurado por alguna institución privada, teniendo esto se infiere que al menos el 26.5% de la población restante tiende a recurrir ya sea a servicios médicos privados al no estar afiliado a un servicio de salud privado o público, o en su caso recurrir a algunos servicios alternativos de atención, en el peor de los casos se abstienen de solicitar la atención por falta de los recursos económicos necesarios.

La atención y los servicios médicos de diagnóstico que están en el sector público se clasifican con tres niveles y estos se observan en la tabla 3.4. Dentro primer nivel se encuentran la Unidades de Medicina Familiar y las Unidades Médicas Rurales, donde se otorga atención

continua y se realizan acciones como rehabilitación, consultas para la prevención y tratamiento de enfermedades básicas.

**Tabla 3.4.**

*Clasificación de los niveles de atención en salud y problemas encontrados*

| <b>Nivel</b> | <b>Descripción</b>                                                                                                           | <b>Problema</b>                                                                                                                                                                                                  |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>I</b>     | Atención medica de menor grado de dificultad con tratamiento y diagnóstico poco complejo.                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Largas esperas para recibir consulta.</li> <li>• Desabasto de medicamentos</li> <li>• Escasez y equipos o insumos obsoletos.</li> </ul>                                 |
| <b>II</b>    | Es atención medica compuesta por hospitales generales, donde se ofrece atención de alta demanda y mediana complejidad.       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desabasto de medicamentos</li> <li>• Saturación de las áreas de urgencias</li> <li>• Atrasos en consultas de especialidades y de intervenciones quirúrgicas.</li> </ul> |
| <b>III</b>   | Atención médica de poca frecuencia y elevada complejidad, donde se requieren recursos médicos y técnicos muy especializados. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desabasto de insumos para el tratamiento médico o diagnostico</li> <li>• Atrasos en la atención a pacientes</li> </ul>                                                  |

**Nota.** Elaboración propia con datos de *Evolución y reforma del sistema de salud en México*. (pp. 40-43). Por Dávila, M y Guijarro, M. 2000. Unidad de Financiamiento para el Desarrollo, Naciones Unidas y CEPAL.

El segundo nivel se encuentra conformado por hospitales generales y rurales, que atienden a pacientes de urgencias así como como pacientes que requieren algún de intervención o procesos quirúrgicos básicos, asimismo este nivel maneja cuatro especialidades básicas las cuales son pediatría, el área de ginecología-obstetricia, la cirugía general y la medicina interna; finalmente tenemos al tercer grado de atención este está constituido por hospitales de alta especialidad donde se atiende a la población que requiere atención específica y con mayor riesgo, como enfermedades cardiacas, neoplasias, enfermedades metabólicas, entre otros.

Ahora bien, en la tabla 3.4. se especifican en cada nivel de atención los problemas en el sector público, en ellos la falta de medicamentos y las largas esperas con la cual la población puede ser atendida es una situación recurrente, por otra parte, es más complicado el traslado desde una comunidad rural a una urbana, donde si un paciente requiere una atención de tercer nivel va a tener que trasladarse a alguno de los 36 hospitales especializados del IMSS o los 14

del ISSSTE en México, por lo cual tanto el paciente como los familiares incurrirían en costos de transporte, alimentación y hospedaje.

Retomando esta tabla 3.4 se puede reafirmar lo que menciono Lomelí (2020) y la ENSANUT (2022), donde ante las deficiencias y falta de cobertura en el sector público hacen que aproximadamente el 54% la población mexicana tienda a recurrir a servicios de salud y tratamientos privados; donde los grupos empresariales tienen una oferta que van desde los consultorios en farmacias, la atención por parte de servicios alternos, hasta la atención por parte de los hospitales privados. Esto demuestra que la atención privada tiene cierta capacidad para atender a la población que requiere servicios de salud, y a su vez estos grupos discriminan a la población de acuerdo con sus ingresos o en su caso se benefician del aumento de los costos para estudios, consultas y tratamientos. Es por ello que en el siguiente apartado se enfocará en la relación de los grupos empresariales con este sector de acuerdo con las diferentes actividades productivas.

### **3.2. Sectores económicos relacionados con salud**

Las redes entre grupos enfocadas al sector salud no necesariamente son visibles entre sí, porque no necesariamente se encuentran relacionados o integrados unos con otros, en su caso forman parte de un grupo más grande y se pierden entre otras empresas más representativas en el mercado. Al no identificarse de manera clara un producto de este sector puede ser maquilado por una empresa y distribuido por otra, sin necesidad que se observe esa relación.

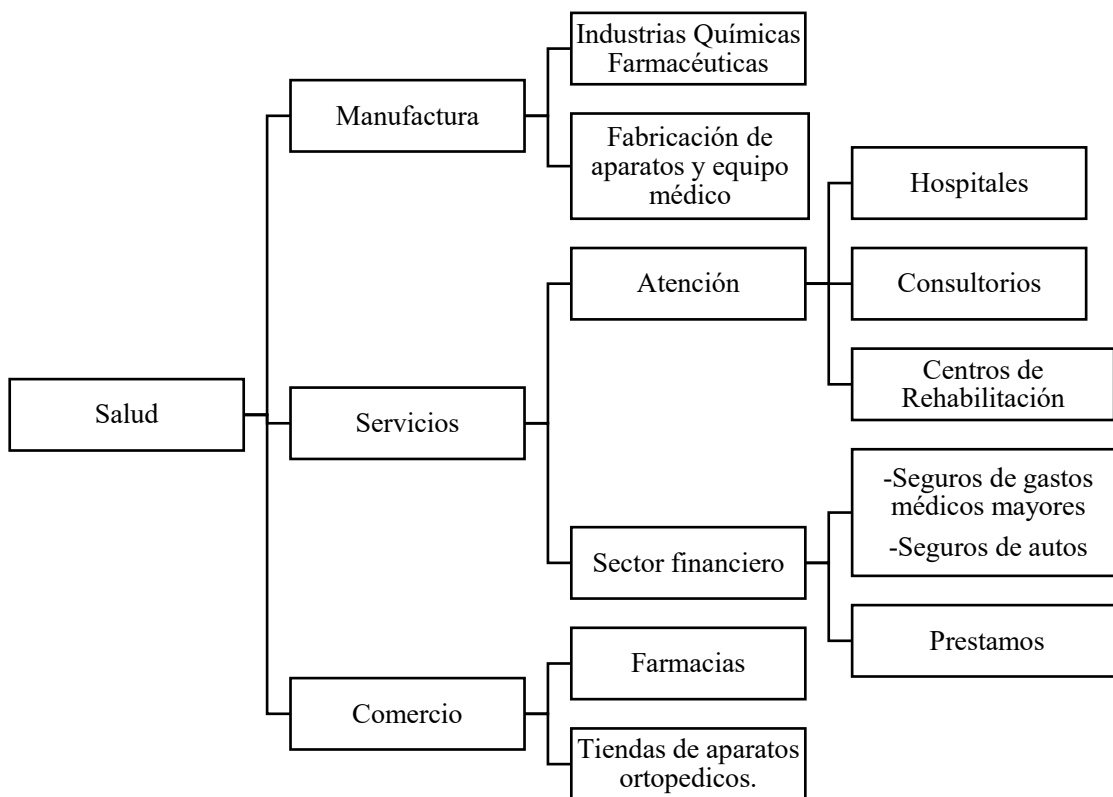
En este caso si el consumidor es una persona racional escogerá lo mejor que le convenga o cumpla con sus expectativas, sin importar si fue elaborado todo en una misma empresa o paso por diversos procesos y entidades diferentes, por ejemplo, si una persona se encuentra enferma buscará atención médica de acuerdo con su presupuesto o la gravedad de la enfermedad; y no se enfocará en si pertenece a un grupo o a una empresa específica.

Otro aspecto para las personas que son previsoras harán uso de pagar un seguro médico con el fin de prevenir gastos de atención médica u hospitalaria e inclusive algunos medicamentos o aparatos ortopédicos, buscando de esta forma disminuir con ello, dichos gastos. Es por ello que, este tipo de seguros se vuelven contratos entre agentes y principales, donde hay información incompleta por ambos lados, es decir el consumidor o agente puede mentir acerca de si tenía alguna enfermedad previa a contratar el seguro y en ese caso, se aprovecharía del principal

siendo este un problema de riesgo moral que asumen las aseguradoras, donde el principal beneficiario sería el cliente por recibir un pago parcial o total de un tratamiento<sup>28</sup> que necesite y no haya sido informado con anterioridad, de esta forma se tendría un comportamiento oportunista por alguno de los involucrados.

**Figura 3.1**

*Giros del Sector Salud.*



**Nota.** Elaboración propia.

Por otro lado, las compañías que ofrecen seguros hacen uso de la señalización entre clientes, es decir que para adquirir un seguro médico se espera que los futuros clientes sean personas sanas, es decir que no posean enfermedades crónicas o degenerativas previas, también se dividen los tipos de seguros en cuanto puede pagar cada consumidor generando así una discriminación de precios en la población. Por su parte, existen algunos consumidores, que no leen por completo los contratos entonces en caso de un siniestro no saben con certeza todo lo que cubre el seguro, así un problema con los deducibles, que tendrán que pagar directamente de sus

<sup>28</sup> Dependiendo de la cobertura del contrato

propios ingresos u ahorro, teniendo así un contrato con asimetría de la información por ambos lados.

Por otra parte, los consumidores que por falta de recursos o previsión no cuentan con un seguro y llegan a sufrir de alguna enfermedad o siniestro, pueden tener dificultades para solventar estos gastos por sí mismos, deberán buscar la forma de financiarse por otros medios como, la venta o empeño de sus bienes, pidiendo préstamos a familiares, amigos o en su caso en alguna institución financiera, quedando de esta forma endeudado.

El tercer aspecto en el cual estas redes interactúan va más enfocado al tratamiento, y cuidado de una enfermedad donde el consumidor compra el producto necesario para recuperarse o mantener su calidad de vida. Tomando esto en cuenta se muestra como la demanda hace uso de estos servicios y productos médicos, iniciando por una atención dentro del primer nivel de la tabla 3.3. en el sector público, tal como se habló anteriormente en caso del común denominador que se tiene entre los diferentes niveles de atención especialmente en el primer nivel que es el desabasto de medicamentos y tardanza en los tiempos de espera para ser atendidos, los consumidores buscaran ese servicio mediante el sector privado, donde los agentes encargados de ofrecer estos productos se encuentran relacionados entre sí, un ejemplo de ello es una farmacéutica con consultorio adyacente, que ofrece el servicio de atención médica y a su vez el comercio de insumos para su curación.

En la figura 3.1. se ven los giros en los que se encuentra el sector salud, dentro de los servicios encontramos a los hospitales, consultorios o centros de rehabilitación que se encargan de atender a los pacientes y brindar atención de acuerdo con tres niveles de necesidad; también dentro de este apartado se tiene al sector financiero que como se mencionó con anterioridad este se encuentra involucrado en este ámbito mediante el ofrecimiento de seguros y/o prestamos en caso de una eventualidad o siniestro.

Por su parte la manufactura se encarga de la creación mediante diversos procesos de material y equipo, permite obtener suministros tanto básicos como una jeringa, como equipos o instrumentos más complejos que se requieren en los quirófanos para poder medir los signos vitales de un paciente, dentro de esta misma rama también se encuentran la fabricación de medicamentos o fármacos que ayudan con el tratamiento y control de diversas enfermedades. Pero para acceder a los insumos que provee la manufactura es necesario recurrir a la tercera actividad que es el comercio, las industrias manufactureras venden sus productos, a diversas

distribuidoras y estas a su vez comercializan los productos ya sea dentro de sus tiendas o farmacias.

Es importante conocer estas actividades tanto de manera general como particular, como un medio, para comprender como los diversos agentes interactúan en una cadena de valor y estas actividades que tanto de forma indirecta como directa contribuyen a ayudar a solventar una necesidad básica en el ser humano como es la salud, ahora bien aparte ser una herramienta para mejorar la calidad de vida de estos consumidores, esto también es necesario, observar las otras ramas en las que se encuentra este sector y estas forman parte del PIB en México.

### ***3.2.1. La distribución del PIB en el sector salud.***

La inversión con respecto al PIB en salud de acuerdo con la Cuenta Satélite del Sector Salud en México (CSSSM) (2019) se estima en un 5%, pero solo el 2.2% se origina del ámbito privado, el cual se encuentra distribuido principalmente las actividades productivas secundarias y terciarias, donde en las primeras está la manufactura de productos, equipamiento e insumos para el uso médico y de tratamiento; por su parte, en las segundas encontramos al comercio, con la venta de los productos anteriormente mencionados, y a su vez están también los servicios orientados a la previsión, la atención, el cuidado y la mejora de la calidad de vida. El conocer la relación entre estas actividades suele ser de importancia para entender el comportamiento de las empresas y grupos empresariales porque cada una de estas actividades se relaciona entre sí de manera directa e indirecta

Por ejemplo, en algún punto se encarece el precio de una materia prima el grupo que la produce recurrirá a un gasto mayor incrementando sus costos y el valor final del producto en consecuencia también aumentara, al distribuir este bien al lugar donde se va a comercializar también se elevara el precio final en el que el consumidor adquirirá el producto, generando así una situación en cadena. En el siguiente apartado se ahondará cada una de estas interacciones, con el fin de explicar mejor este ejemplo.

### ***3.2.2. Actividades de los grupos del sector salud.***

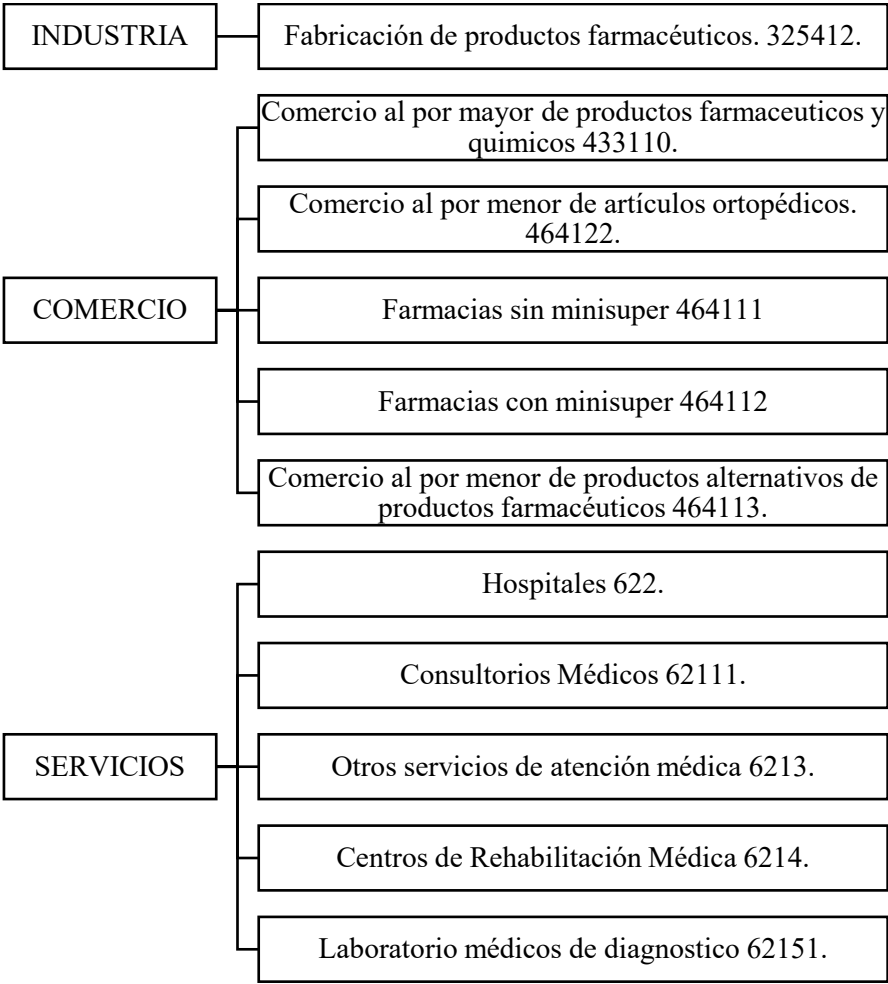
La relación entre las actividades del sector salud en la que interactúan los productores y los consumidores, por una parte, los primeros se encargan de producir medicamentos, equipo médico y ortopédico, es decir cumpliendo un trabajo de manufactura o industria, posteriormente estos productos son comercializados a otras distribuidoras o en su caso de acuerdo al tipo de

grupo este bien se vende dentro alguna división o sucursal de perteneciente a este, que se realiza una integración vertical hacia adelante en esta cadena de valor.

Finalmente, otra forma en la que interactúan estas actividades es ofreciendo servicios de atención médica, de acuerdo con las necesidades de cada paciente es decir que irán a consulta si se sienten mal y si eso no les conviene recurrirán otro tipo de servicios alternativos de salud.

**Figura 3.2.**

*Actividades económicas en las que interactúa el sector salud en México con clasificación SCIAN 2023.*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022 y INEGI 2023.

Dentro de la figura 3.2. se encuentran las diferentes actividades en las cuales este sector participa, y estas se encuentran agregadas a nivel de rama y subrama; en primera instancia se tiene a las industrias manufactureras que abarcan desde la rama 31 a la 33, pero para los fines de

esta investigación, solo se tomara a la fabricación de productos farmacéuticos que se encuentra dentro de la industria química en el apartado 325412.

Por su parte en dentro de las actividades de comercio encontramos cinco rubros, en el primero se encuentran los negocios que se dedican a comercializar productos farmacéuticos y químicos (433110); el segundo se enfoca en productos ortopédicos como lentes, férulas, soportes, etc. (464122); los siguientes dos son los negocios farmacéuticos donde dentro de algunos de estos se encuentran las farmacias con consultorios adyacentes (464111 y 464112), finalmente están los negocios dedicados a la venta de productos homeopáticos y naturistas.

En cambio, en la parte de servicios para la salud, se excluyeron aquellos que pertenecen al trabajo social quedando solamente los de atención hacia los pacientes, donde de acuerdo al tipo de atención ofrecida se pueden clasificar en atención de primer nivel a los consultorios médicos (62111), los centros de rehabilitación (6214) y posteriormente en se encuentran en el segundo y tercer nivel de atención a los laboratorios médicos de diagnóstico (62151) y los hospitales especializados y no especializados (622).

### **3.2.2.1. Industria.**

La industria en el ámbito de la salud es una actividad importante y a la vez crucial dado que fabrican las herramientas e insumos para el tratamiento y cuidado de la población. De acuerdo con el informe de estadísticas a propósito de la industria farmacéutica publicado en INEGI (2016), esta industria se posiciona como la séptima actividad más importante de todas las industrias manufactureras por su valor de producción, por su parte al calcular el porcentaje de participación en el mercado mediante el uso del censo económico de 2014, el peso de esta industria pasa al quinto lugar teniendo al menos 2.63% de la producción de fármacos en ese periodo; en cambio para el año 2019 su puesto paso del quinto al décimo lugar con el 1.66% de esta producción, si bien ha disminuido su peso con el paso del tiempo es una de las industrias manufactureras más grandes en este ámbito.

Asimismo, las empresas enfocadas a esta actividad son más grandes que el promedio de la economía, teniendo como media 116.1 personas ocupadas por unidad económica; también se da énfasis en su importancia en el PIB dado que durante el periodo de 1993 a 2014 apporto en promedio el 4.1% de este.

**Tabla. 3.5.***Grupos económicos y personal ocupado enfocados en la industria del sector salud.*

| <b>Grupo</b>                       | <b>País de procedencia</b> | <b>Personal ocupado</b> |
|------------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Grupo Novartis                     | Suiza                      | Más de 10,000           |
| Laboratorio Pisa                   | México                     | Más de 10,000           |
| Grupo BAYER                        | Alemania                   | 5007                    |
| Grupo Omnilife                     | México                     | 3000                    |
| Boehringer Ingelheim               | Alemania                   | 1675                    |
| Siegfried Rhein                    | Suiza                      | 1640                    |
| Sanofi                             | Francia                    | 1472                    |
| Grupo Farmacéutico Somar           | México                     | 1350                    |
| Grupo Bago                         | Argentina                  | 1309                    |
| Abbott Laboratories                | Estados Unidos de América  | 1100                    |
| Genomma Laboratories International | México                     | 1017                    |
| Grupo Collins                      | México                     | 1001                    |
| Merck (MSD)                        | Alemania                   | 1000                    |
| Pfizer                             | Estado Unidos de América   | 695                     |
| Por un país mejor                  | México                     | 600                     |
| Grupo Sanfer                       | México                     | 600                     |
| Eli Lilly                          | Estado Unidos de América   | 584                     |
| Grupo Medifarma                    | Perú                       | 200                     |
| Astra Zeneca                       | Reino Unido                | S/D                     |
| TecSalud                           | México                     | S/D                     |
| Teleflex                           | Estados Unidos de América  | S/D                     |
| Grupo Fresenius                    | Alemania                   | S/D                     |
| Grupo Bruluart                     | México                     | S/D                     |

**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022 y EMIS 2022.

En la tabla 3.5. podemos identificar a 23 grupos empresariales que albergan al menos al 64.79% del personal ocupado<sup>29</sup> enfocados en la industria manufacturera del sector salud, aquí destacan a Novartis y Laboratorios Pisa<sup>30</sup> con una cantidad indefinida de fuerza laboral, pero se conoce que es mayor a 10,000 personas; por otro lado, tenemos a grupos como Medifarma, Sanfer, Ely Lilly and Company, por un país mejor y Pfizer con menos de mil personas.

<sup>29</sup> Suponiendo que Novartis y Laboratorios Pisa tienen un estimado de 10,000 personas ocupadas y no más. Un Reporte de Productos Farmacéuticos en México elaborado por BMI a FitchSolutions Company y emitido por la EMIS explica que este sector emplea alrededor de 65,204 personas

<sup>30</sup> Los Laboratorios Pisa producen medicamentos de marca propia y también ayudan a la maquila de los productos otras 20 compañías y grupos farmacéuticos, como Bayer, Bruluagsa (perteneciente al grupo Bruluart), Chinoin, AMSA, Siegfried Rhein, Grimann (perteneciente a Sanfer), Carnot, Sanofi-Aventis, Teleflex Medical.

De estos 23 grupos económicos enfocados en el sector salud, nueve son de procedencia mexicana, cuatro son compañías alemanas, cuatro son estadounidenses, dos son de suizos y finalmente Francia, Argentina, Perú y Reino Unido solo tienen una empresa representativa dentro del país.

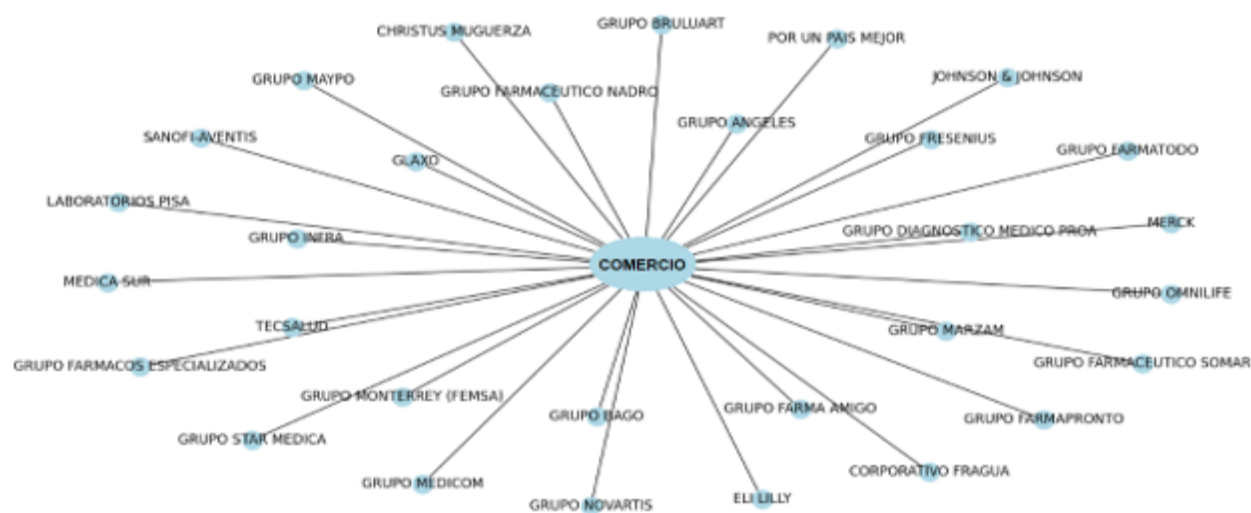
Ahora bien comparando la cantidad de personal ocupado que cada grupo emplea, dentro de estas 23 asociaciones, se denota que las empresas mexicanas abarcan el 41.58% de esta población, seguido las compañías suizas con el 27.55%, posteriormente las alemanas con el 18.18%, siendo estos tres países con mayor cantidad de empleados dentro de sus empresas en México, por otro lado esta, Estados Unidos de América que a pesar de tener cuatro empresas solo tiene el 5.63%, y finalmente tanto las empresas francesas, como argentinas y peruanas emplean menos del 4% de la fuerza laboral dentro de estos grupos en el país.

### 3.2.2.2. Comercio.

El sector salud se relaciona con el comercio, donde existen establecimientos especializados como las farmacias, los laboratorios y las industrias interactúan entre sí de manera directa e indirecta, algunos haciendo uso de intermediarios o distribuidoras y otros manejándolo como un canal de distribución hacia un destino de venta final.

**Figura 3.3.**

*Grupos económicos enfocados en el comercio del sector salud.*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022.

En la figura 3.3, se encuentra 30 grupos empresariales encargados de distribuir sus productos directamente como es el caso del grupo Bruluart que mediante las Farmacias Delta

pueden vender medicamentos de manera genérica a través de estas sucursales que se encuentran distribuidas en el país, otro caso como este es el grupo por un país mejor que tiene medicamentos genéricos de la marca BEST y los comercializa a través de farmacias similares o farmacias fénix.

A diferencia del sector industrial donde el 39.13% de los grupos listados son de procedencia mexicana, en el caso de esta actividad esa cifra aumenta hasta llegar a ser 63.3%, es decir que al menos 19 de estas asociaciones pertenecen al país y los 11 restantes son extranjeros, siendo este el 36%; los materiales comercializados en este sector van desde maquinaria o equipo médico, comercialización de estudios y productos farmacéuticos, hasta llegar la venta de productos ortopédicos.

Además de esto dentro de la figura se muestra un grupo sé que se encargan de vender productos ortopédicos, estas son, Grupo Diagnostico Medico Proa (Laboratorios Chopo), el por un país mejor comercializa productos que fueron elaborados dentro de sus laboratorios, en cambio, compañías como Nadro, Fresenius, Grupo Fármacos Especializados y Marzam se dedican a distribuir tanto equipo médico como productos farmacéuticos elaborados por diferentes productores Por otro lado Christus Muguerza tiene una alianza estratégica con farmatodo para permitir la venta de sus productos dentro de los hospitales.

### **3.2.2.3. Servicios.**

De acuerdo con la Secretaria de Salud (2012), los servicios médicos *” se proporcionan a la persona, con el fin de proteger, promover o restaurar la salud, curar y prevenir la enfermedad y rehabilitar al paciente, en los que se encuentran comprendidas las actividades profesionales, técnicas y auxiliares para la salud” (p. 155).*

Los agentes involucrados en este sector se encargan de ofrecer consultas, revisiones, estudios, tratamiento, en caso de que se requiera se realizan estudios de laboratorio y cirugías; donde los grupos empresariales y las empresas de esta rama se encargan de brindar la atención necesaria, algunos de estos son Grupo Ángeles Servicios de Salud, Christus Muguerza con Hospitales, consultorio; entre otros, en cambio, existen otras compañías como Salud Digna y Grupo Medico Proa con estudios de laboratorio, Grupo Televisa con la Fundación Teletón (que se encarga de tratar a niños con problemas de neoplasias y autismo), con el fin de conocer los grupos a los que pertenecen estos actores ver la figura 3.4.

**Figura 3.4.**

*Grupos Económicos enfocados en los servicios del sector salud.*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022.

En la figura 3.4 se muestran 20 grupos que se enfocan en ofrecer servicios de dentro del sector salud, siendo esta actividad, la que posee menor cantidad de asociaciones involucradas; a pesar de esto, esta ocupación se encarga directamente de la atención a los pacientes, de todos estos grupos 17 son de procedencia mexicana, dos son alemanes(Synlab y Merck) y uno es colombiano (Farmatodo).

Grupos como por un país mejor, farmapronto, farmatodo, bruluart, se encuentran en la clasificación de farmacias con consultorios adyacentes, donde los servicios ofrecidos por estas instituciones se encuentran dentro del primer nivel de atención, por su parte, otras asociaciones como Christus Muguerza, Ángeles, Diagnostik, Star Medica, Medica Sur y farmacéutico Medico Somar se encargan de ofrecer atención tanto de segundo como tercer nivel.

Al comparar la tabla 3.4, con las figuras 3.3 y 3.4, se observa que de acuerdo con cada actividad existen países con mayor representación con respecto a los demás, donde la principal concentración de estos grupos se encuentra dentro del propio país, puesto que, para la industria esto representa alrededor del 39%, para los comercios esta cifra aumenta hasta el 63%, y finalmente en el caso de los servicios representa el 85%, siendo este último, la actividad con mayor concentración de grupos empresariales mexicanos.

### ***3.2.3. Interacción entre las actividades productivas***

Tanto el comercio como la industria influyen de manera muy importante en este sector, puesto que todo lo que se produce o se comercializa para el cuidado de la salud va dirigido a una parte de la población específica, que tiene diversos padecimientos y enfermedades o requiere de materiales específicos ya sea para su recuperación o mejorar su calidad de vida, sin embargo, es necesario que la población recurra a los servicios de atención médica en cada de alguna eventualidad en su salud, puesto que la automedicación no efectiva si no se conoce la enfermedad y puede llegar a generar resistencia.

En ese sentido los servicios médicos juegan un papel importante, porque cuando un paciente posee alguna enfermedad no visualiza el virus o bacteria en sí, se ve lo que ocasiona mediante los malestares que provoca, esto no es algo que se pueda quitar o desechar como algún producto deja de funcionar; cuando sucede las personas afectadas van al médico con el fin de mejorar, ahí explican sus síntomas, mediante eso y estudios de laboratorio (en caso de ser requeridos) se genera un diagnóstico y solo así, esta enfermedad puede ser tratada.

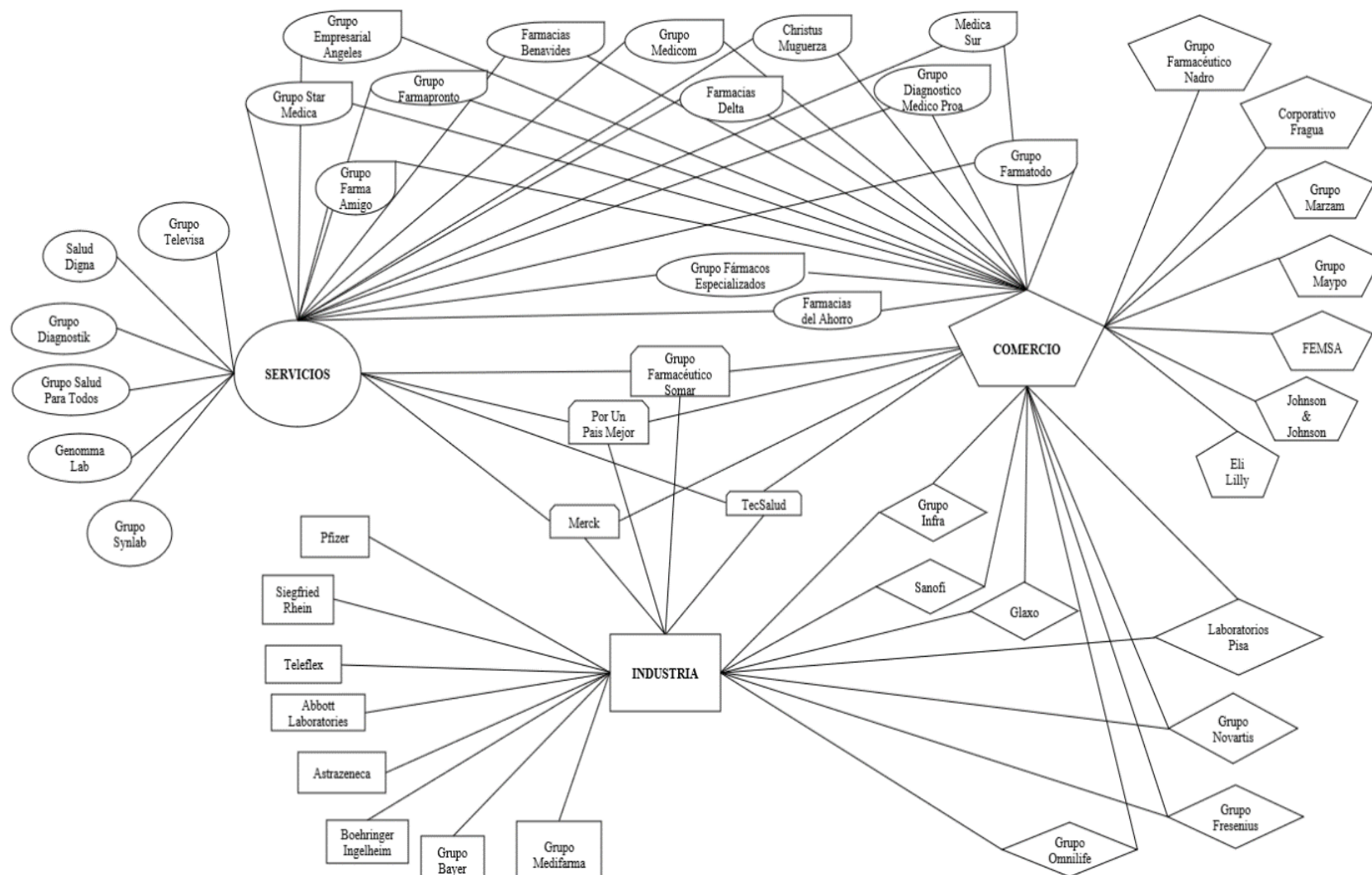
Muchas veces las empresas que se relacionan en un sector específico adoptan formas de integrarse ya sea horizontal o verticalmente, tal como se vio en el capítulo anterior en donde los grupos empresariales se relacionaban con la banca, su integración ha sido principalmente mediante estrategias horizontales, en cambio, este nicho enfocado principalmente en la salud adopta esta segunda forma conformando así a diferentes grupos que puedan realizar más de una actividad.

Anteriormente hemos mencionado la importancia de cada actividad, pero no se ha ahondado en como los grupos empresariales forman parte entre las tres actividades mencionadas, en las figuras 3.5 y 3.6, se observa como los grupos empresariales logran interactuar entre diversas actividades, donde la cantidad de grupos identificados cambia de acuerdo con la fuente utilizada.

Comparando con las figuras anteriores donde no se veían las conexiones con claridad (de la 3.2 a la 3.4), en cambio sí se mostraban de forma independiente cada uno de los grupos empresariales involucrados con este sector, en las siguientes dos se ve de forma más clara como estas se involucran unas con otras.

**Figura 3.5.**

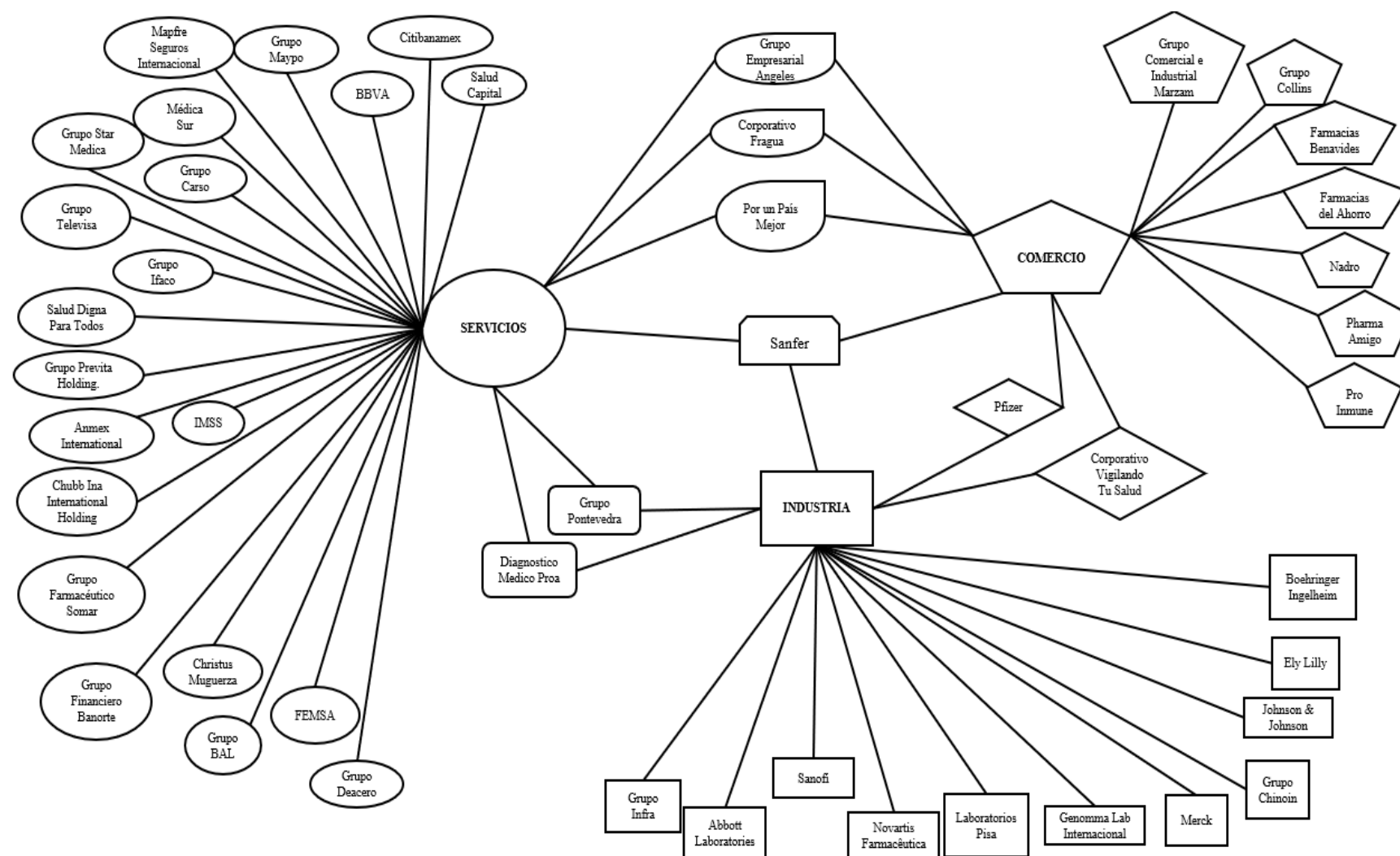
*Las redes de los grupos empresariales de acuerdo con sus actividades por la DENE*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENE 2022.

**Figura 3.6.**

*Las redes de los grupos empresariales de acuerdo con sus actividades EMIS*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la EMIS 2023.

En la primera figura es decir la 3.5. la base que se tomó en cuenta viene dada por el directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE) en la cual se encontraron 13 grupos enfocados tanto en comercio como en servicios, 7 en industria y servicios, 4 en todas las actividades y 21 que solo se encargan de una sola actividad, dando un total de 45 grupos.

Los cuatro grupos que de manera general realizan las tres actividades principales (industria, comercio y servicios) realizan diferentes tipos de subactividades en las cuales los cuatro grupos tienen en común la fabricación de preparaciones farmacéuticas (325412), solo Grupo farmacéutico Somar adiciona en la industria la fabricación de material desechable para uso médico (339112); en el caso del comercio solo hay dos grupos (Grupo farmacéutico Somar, Merck) que incursionan en el comercio al por mayor de productos farmacéuticos (433110), por otra parte, por un país mejor se especializa en farmacias sin minisúper (464111), y TecSalud está clasificado como comercio al por menor de productos alternativos de productos farmacéuticos (464113) y farmacias con minisúper (464112); ahora bien en el caso de servicios los cuatro grupos tienen consultorios médicos (62111) y solo TecSalud tiene hospitales (622).

Por su parte en la figura 3.6 Se encontraron 47 grupos empresariales, distribuidos de la siguiente forma: tres interactúan en las actividades de comercio y servicios; dos en industria y comercio, dos en industria y servicios, uno en las tres actividades, y 39 en solo una actividad.

Ahora bien, a diferencia de la figura 3.5 en la 3.6 que se realizó con base a la EMIS, solamente existe un grupo empresarial que interactúa con las 3 actividades y este es Sanfer dónde se dedica a la industria de fabricación de productos farmacéuticos, así como al comercio al por mayor de estos y en el caso de los servicios se encuentra dentro de laboratorios farmacéuticos, siendo este de nacionalidad mexicana.

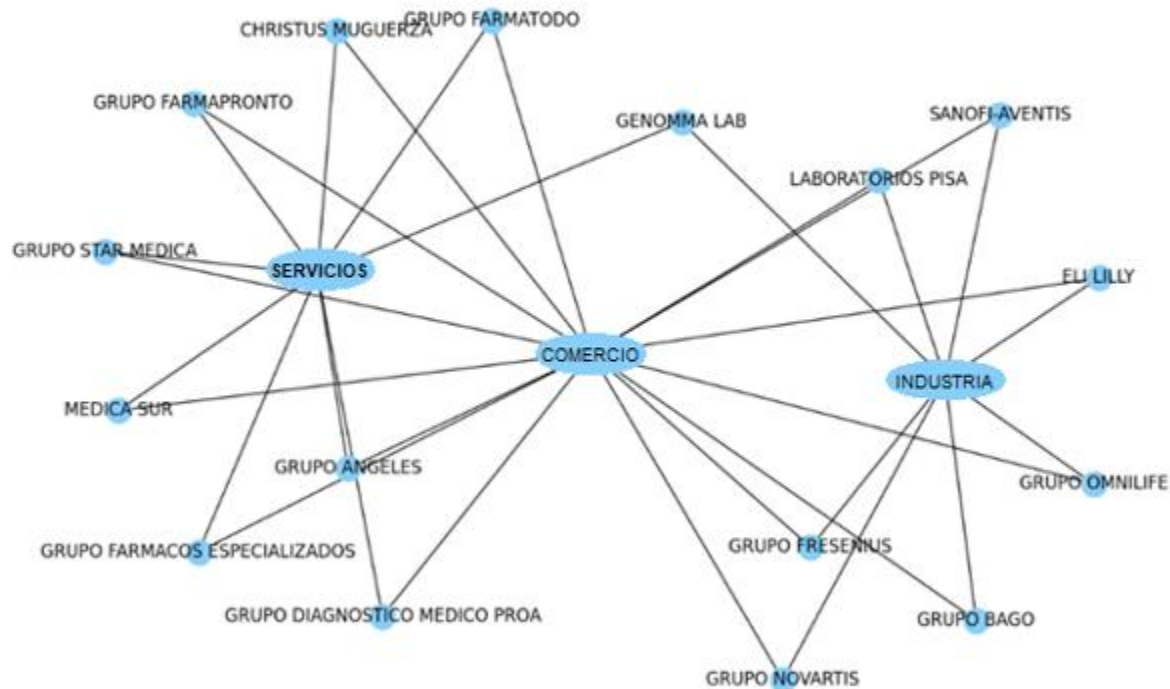
En la EMIS el grupo por un país mejor realiza las actividades de comercio y servicios, sin embargo, en la DENUE esta realiza tres actividades, en cambio Corporativo Fragua marca en la primera figura que solo realiza Comercio, aunque en la segunda figura realiza tanto actividades de servicios como de comercio.

Conociendo lo anterior permite dar importancia al tipo de integración que tiene cada grupo empresarial dado que esto permite realizar de manera más eficiente estas actividades, por ejemplo en la integración horizontal donde se busca crear empresas que ayuden a minimizar los costos, de distribución y comercialización; por otra parte que es la forma de integración que más

se logra observar en estas figuras es la integración vertical que permite absorber fases de la producción de algún artículo y disminuir costos.

**Figura 3.7.**

*Grupos empresariales con integración vertical parcial.*

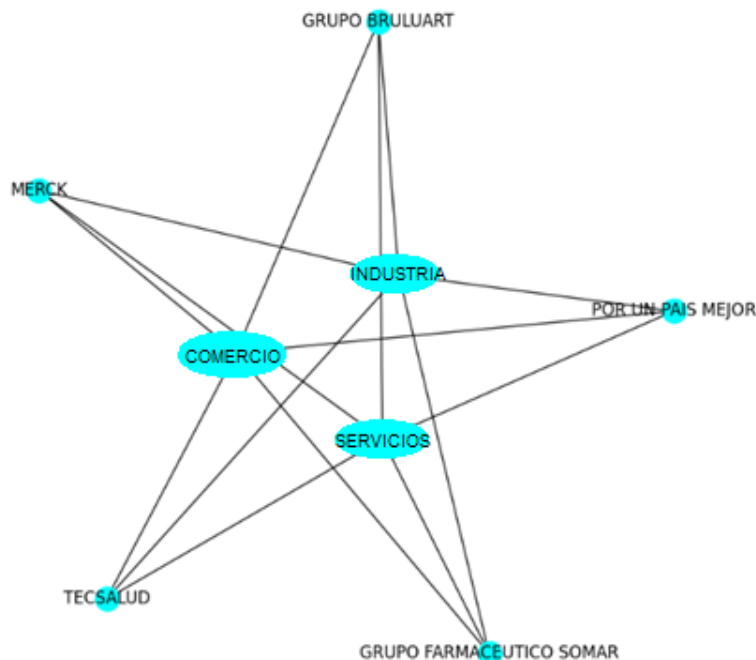


**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022.

En la figura 3.7 se nota de forma más clara a los grupos empresariales que incursionan en dos actividades en este sector, teniendo como base una estructura de integración vertical parcial como se explicaba en el apartado 1.2.4.2. del capítulo uno, este tipo de agrupación entre las empresas o actividades puede ser tanto hacia atrás como hacia adelante, ya sea industria-comercio, donde producen y venden los medicamentos, la interacción comercio-servicios en algunos con la venta de medicamentos, consultas médicas, finalmente la relación entre industrias-servicios con la producción de con la fabricación de equipo médico especializado, estudios de laboratorio y atención a los pacientes.

**Figura 3.8.**

*Grupos empresariales con integración vertical completa*



**Nota.** Elaboración propia con datos de la DENUE 2022.

En la figura 3.8. se observa más a profundidad la integración vertical completa, dado que grupos como por un país mejor y bruluart se involucran en las tres actividades, es decir, producen medicamentos, los venden a través de las farmacias y ofrecen un servicio de consultorio o atención médica al paciente.

Este diagrama de red en forma de estrella permite observar que estas tres actividades son relacionables entre sí, es decir que existe una integración hacia atrás entre los sectores, por un lado tenemos a esta integración hacia atrás en el comercio, porque tienen algún laboratorio farmacéuticos, por otro lado tiene una integración hacia adelante con los servicios es decir que la farmacia ofrece servicios de consulta externa, posteriormente al recetar los medicamentos para algún tipo de padecimiento, las personas los adquieren en la farmacia regresando así a una integración hacia atrás.

En esto se observa un movimiento o una interacción entre estos dos sectores, ahora bien, los servicios tienen una integración hacia atrás con el uso de estudios o análisis de laboratorios que recomiendan a los pacientes y les transmiten una hoja con el lugar donde pueden realizarlos que puede o no formar parte del mismo grupo.

### **3.2.3.1. Relación entre comercio e industria.**

Para analizar esta relación se hizo uso de una base de Medicamentos emitida por la Profeco durante el año 2018, analizando la relación entre la producción y el comercio, que contiene un total de 3,670,171 productos registrados en el periodo de un año de los cuales se encuentran clasificados en 28 columnas que muestran sus características, como por ejemplo, el nombre del producto, la presentación, si es genérico o de patente, marca, precio, la cadena en la que se vendió, la dirección, la sustancia activa, claves para venta con receta y sin receta, el laboratorio que lo produjo, así como el grupo del laboratorio, si está catalogada como una enfermedad de cuidado epidemiológico no transmitible y en que categoría del catálogo básico de medicamentos se encuentra.

Al examinar esta base completa se observa que hay un total de 735 establecimientos distintos encontrados por la Profeco, en los cuales interactúan 134 laboratorios con la producción de medicamentos tanto de patente como genéricos, y son 2114 productos diferentes en el mercado, basándonos en que cada grupo de medicamentos lo producen diferentes laboratorios y grupos, por su parte también se encontraron 61 grupos empresariales registrados, 3 alianzas entre grupos para algunos medicamentos, y 41 laboratorios farmacéuticos.

A su vez también se hizo una diferenciación de los 2114 productos, entre medicamentos genéricos y medicamentos patentes, el 86.75% de los fármacos son producidos de manera común y solo 13.25% es decir, 280 productos son de marca.

En la tabla 3.6. Se encuentran listados los 61 grupos y los 88 laboratorios que pertenecen a cada grupo, dentro de esta tabla se encuentran listados 1419 productos por cada patología es decir que el 67.12% de todos los productos encontrados en la base son fabricados por grupos empresariales, 35 laboratorios que producen medicamentos de patente y 53 que producen genéricos.

Asimismo, dentro de esta tabla se observa que los laboratorios que producen medicamentos para casi todas las patologías a excepción de hematología y oftalmología son Grupo Walmart con Medimart, Corporativo fragua con Pharmalife y FEMSA con Farmacias Yza; estos grupos cumplen con una característica común, sus laboratorios solo producen medicamentos de tipo genérico. Ahora bien, hay grupos como Sanfer y Sanofi que tienen laboratorios que producen fármacos tanto de tipo patente como genéricos.

**Tabla 3.6.**

*Grupos y laboratorios por tipo de patología.*

| Grupo                         | Laboratorio                   | Tipo de Medicamento | Patología |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
|-------------------------------|-------------------------------|---------------------|-----------|-------------|--------------|------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|-------------------|--------------------|-------------|-----------------------|------------|------------|--------------|--------------|-----------|----------------------|------------------------|-------------|------------------------------|------------------------------------|---|
|                               |                               |                     | Analgésia | Cardiología | Dermatología | Endocrinología y metabolismo | Enfermedades infecciosas y parasitarias | Enfermedades inmunológicas | Gastroenterología | Gineco-Obstetricia | Hematología | Nefrología y Urología | Neumología | Neurología | Nutritología | Oftalmología | Oncología | Otorrinolaringología | Planificación Familiar | Psiquiatría | Reumatología y traumatología | Soluciones Electrolíticas y plasma |   |
| Abbott Laboratories           | Abbott Laboratories           | Patente             |           | 1           |              | 1                            |                                         | 1                          |                   | 1                  |             |                       |            |            |              |              | 1         |                      |                        |             |                              |                                    | 2 |
| Adium Pharma                  | Asofarma                      | Patente             |           |             |              |                              |                                         | 2                          |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 3                                  |   |
| Adium Pharma                  | Fapasa                        | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 2                                  |   |
| Allen                         | Allen                         | Generico            | 1         | 2           |              |                              |                                         | 1                          |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Allen                         | Solara                        | Generico            | 1         |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Astrazeneca                   | Astrazeneca                   | Patente             | 8         | 8           |              | 2                            |                                         |                            | 3                 |                    |             | 1                     |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Biomep                        | Biomep                        | Generico            | 5         | 3           |              | 2                            | 10                                      | 1                          | 4                 |                    |             | 2                     | 2          |            |              |              |           | 2                    |                        | 1           |                              | 2                                  |   |
| Biomep                        | Wandel                        | Generico            |           |             |              |                              | 9                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Bioresearch                   | Bioresearch                   | Generico            | 1         | 1           |              | 3                            | 1                                       |                            |                   |                    |             | 2                     |            |            |              |              |           | 4                    |                        |             |                              | 2                                  |   |
| Boehringer Ingelheim          | Boehringer Ingelheim          | Patente             | 1         | 7           |              |                              | 2                                       |                            | 2                 |                    |             | 1                     | 3          |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Chedraui                      | Supramed                      | Generico            | 2         | 4           |              | 4                            | 5                                       |                            | 1                 |                    |             | 2                     | 1          |            | 1            |              |           |                      |                        | 1           |                              |                                    |   |
| Church And Dwight             | Church And Dwight             | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              |                                    |   |
| Collins                       | Collins                       | Generico            | 5         |             |              | 1                            | 19                                      | 1                          |                   |                    |             | 2                     |            | 1          |              |              |           | 1                    |                        | 2           |                              | 5                                  |   |
| Corporativo Fragua            | Pharmalife                    | Generico            | 10        | 13          | 1            | 12                           | 42                                      | 4                          | 8                 | 1                  |             | 4                     | 8          | 4          | 4            |              |           | 1                    | 6                      | 1           | 5                            | 9                                  |   |
| Eli Lilly Company             | Eli Lilly                     | Patente             |           |             |              | 2                            | 4                                       |                            |                   | 1                  |             | 4                     |            |            |              |              |           |                      |                        | 4           |                              |                                    |   |
| Expanscience Laboratoires     | Expanscience Laboratoires     | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Farma Vita                    | Medialiv                      | Generico            | 2         | 7           | 1            | 5                            | 9                                       | 2                          | 2                 |                    |             | 3                     | 1          | 3          |              |              |           | 1                    | 1                      | 5           | 5                            | 1                                  |   |
| Farmaceutica Hispanoamericana | Farmaceutica Hispanoamericana | Generico            |           |             | 1            |                              | 2                                       |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Farmacom                      | Farmacom                      | Generico            | 1         | 1           |              |                              | 4                                       | 1                          |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 3                                  |   |
| Femsa                         | Farmacias Yza                 | Generico            | 11        | 13          | 1            | 10                           | 29                                      | 1                          | 6                 | 1                  |             | 3                     | 7          | 3          | 1            |              |           | 4                    | 1                      | 4           | 5                            |                                    |   |
| Gelpharma                     | Gelpharma                     | Generico            | 2         |             |              | 1                            | 1                                       |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              |                                    |   |
| Gelpharma                     | Vitae                         | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Genomma Lab                   | Genomma Lab                   | Patente             |           |             | 1            |                              | 4                                       |                            | 5                 |                    |             | 1                     | 1          |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              | 3                                  |   |
| Glaxo                         | Glaxo                         | Patente             | 3         |             |              |                              | 7                                       |                            | 1                 |                    |             | 1                     | 4          | 1          |              |              |           |                      |                        | 1           |                              |                                    |   |
| Grunenthal                    | Grunenthal                    | Generico            | 2         |             |              |                              |                                         |                            | 2                 |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Bago                    | Armstrong                     | Generico            | 1         |             |              |                              | 2                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Bayer                   | Bayer                         | Patente             | 5         | 1           |              |                              | 4                                       | 2                          |                   | 2                  |             | 3                     |            |            | 2            |              |           | 3                    | 1                      |             | 1                            | 1                                  |   |
| Grupo Bruluart                | Bruluagsa                     | Generico            | 2         |             |              |                              | 12                                      |                            |                   |                    |             |                       |            | 1          |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Bruluart                | Bruluart                      | Generico            | 4         | 2           |              | 3                            | 4                                       | 2                          | 1                 |                    |             |                       | 3          |            | 1            |              |           | 2                    |                        |             | 8                            |                                    |   |
| Grupo Chinoin                 | Chinoin                       | Patente             | 1         |             |              | 2                            |                                         | 1                          |                   |                    |             |                       |            |            | 1            |              |           | 3                    |                        |             | 3                            |                                    |   |
| Grupo Farmaceutico Somar      | Lakeside                      | Generico            |           |             |              |                              | 2                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Farmaceutico Somar      | Pharmacaps                    | Generico            | 2         |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Farmaceutico Somar      | Quifa                         | Generico            | 2         |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            | 1          |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Farmaceutico Somar      | Serral                        | Generico            |           | 1           |              | 1                            | 5                                       | 2                          |                   | 1                  |             |                       | 1          |            |              |              |           | 2                    |                        |             | 2                            |                                    |   |
| Grupo Farmacéutico Somar      | Advaita                       | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           | 1                    |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Ferrer Intenational     | Ferrer                        | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            | 2          |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Ifáco                   | Salus Laboratorios            | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Intas                   | Accord                        | Generico            |           |             |              | 2                            |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Loeffler Russek         | Loeffler                      | Generico            | 6         |             |              | 4                            | 5                                       |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Grupo Maver                   | Maver                         | Generico            | 6         | 8           |              | 3                            | 14                                      | 4                          |                   |                    |             | 1                     | 4          |            | 1            |              |           |                      |                        | 2           | 4                            |                                    |   |
| Grupo Organon                 | Organon                       | Generico            |           |             |              |                              | 2                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Raam                    | Raam                          | Generico            | 3         | 4           |              | 1                            | 4                                       |                            | 1                 |                    |             | 2                     | 1          |            |              |              |           | 4                    |                        | 3           | 2                            |                                    |   |
| Grupo Reckitt Benckiser       | Reckitt Benckiser             | Patente             | 4         |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              | 1                                  |   |
| Grupo Salud Total             | Salud Total                   | Generico            |           | 4           |              | 5                            | 11                                      |                            |                   |                    |             | 1                     | 1          | 2          | 3            |              |           | 1                    |                        | 3           | 2                            |                                    |   |
| Grupo Sanofi-Aventis          | Medley                        | Generico            | 1         | 3           |              | 2                            |                                         |                            |                   |                    |             | 1                     |            |            |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| Grupo Sanofi-Aventis          | Sanofi                        | Patente             | 1         | 5           |              | 5                            | 2                                       |                            | 3                 |                    | 1           | 3                     | 3          |            | 3            |              |           |                      |                        |             | 2                            |                                    |   |
| Grupo Silanes                 | Silanes                       | Generico            | 1         |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            | 1            |              |           |                      |                        |             | 2                            |                                    |   |
| Hoffmann La Roche             | Roche                         | Patente             |           |             |              |                              | 3                                       |                            |                   | 1                  |             |                       |            | 3          |              |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |
| IQFA                          | IQFA                          | Generico            | 2         |             |              | 3                            | 2                                       |                            | 2                 |                    |             | 1                     |            |            |              |              |           | 2                    |                        |             | 2                            |                                    |   |
| Johnson & Johnson             | Janssen                       | Patente             | 5         |             | 1            |                              | 7                                       |                            | 1                 |                    |             |                       |            | 1          |              |              |           | 3                    | 1                      |             |                              |                                    |   |
| Liomont                       | Liomont                       | Patente             | 1         | 3           |              |                              | 10                                      | 1                          | 4                 |                    |             | 1                     | 1          |            | 3            |              |           |                      |                        |             | 2                            |                                    |   |
| Megalabs                      | Italmex                       | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            | 1            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |   |

| Grupo                   | Laboratorio      | Tipo de Medicamento | Patología |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
|-------------------------|------------------|---------------------|-----------|-------------|--------------|------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|-------------------|--------------------|-------------|-----------------------|------------|------------|--------------|-----------|----------------------|------------------------|-------------|------------------------------|------------------------------------|
|                         |                  |                     | Analgésia | Cardiología | Dermatología | Endocrinología y metabolismo | Enfermedades infecciosas y parasitarias | Enfermedades inmunológicas | Gastroenterología | Gineco-Obstetricia | Hematología | Nefrología y Urología | Neumología | Neurología | Oftalmología | Oncología | Otorrinolaringología | Planificación Familiar | Psiquiatría | Reumatología y traumatología | Soluciones Electrolíticas y plasma |
| Merck (MSD)             | Merck (MSD)      | Patente             |           |             |              | 8                            |                                         |                            | 2                 |                    | 2           |                       |            |            |              | 1         |                      |                        |             | 8                            |                                    |
| Neolpharma              | Alpharma         | Generico            | 1         | 4           | 1            | 2                            | 2                                       |                            | 1                 |                    |             | 1                     |            |            |              | 1         |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| Neolpharma              | Neolpharma       | Generico            | 2         | 1           |              |                              |                                         |                            | 1                 |                    |             |                       |            |            |              | 1         |                      | 1                      |             | 2                            |                                    |
| Neolpharma              | Psicofarma       | Generico            | 2         | 2           |              | 3                            |                                         |                            |                   |                    | 1           | 3                     |            |            |              |           |                      | 4                      |             | 2                            |                                    |
| Nestle                  | Nestle           | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Novartis                | Alcon            | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            | 3          |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Novartis                | Novartis         | Patente             |           | 4           |              | 1                            | 2                                       |                            |                   |                    | 1           | 1                     |            |            |              |           |                      |                        |             | 2                            |                                    |
| Novartis                | Sandoz           | Patente             |           | 1           |              |                              | 5                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| P&G                     | Procter & Gamble | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            | 2                 |                    |             | 1                     |            |            |              | 2         |                      |                        |             |                              |                                    |
| Pfizer                  | Pfizer           | Patente             | 2         | 3           |              | 4                            | 6                                       |                            |                   | 1                  | 4           | 5                     |            |            |              |           |                      | 7                      |             | 3                            |                                    |
| Pisa                    | Pisa             | Generico            |           | 1           |              |                              | 19                                      | 1                          | 2                 |                    |             | 3                     | 1          |            |              | 3         |                      | 1                      | 1           | 2                            |                                    |
| Pisa                    | Salucom          | Generico            |           |             |              | 1                            | 7                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Por Un Pais Mejor       | Best             | Generico            | 5         | 4           |              | 2                            | 9                                       | 1                          | 3                 |                    | 1           | 3                     | 1          |            |              | 1         |                      | 2                      |             | 3                            |                                    |
| Sanfer                  | Grimann          | Generico            | 1         | 1           |              |                              | 7                                       |                            |                   |                    |             | 1                     |            | 1          |              | 1         |                      |                        |             |                              |                                    |
| Sanfer                  | Hormona          | Patente             |           |             |              |                              | 7                                       | 1                          |                   |                    |             |                       |            |            |              | 1         |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| Sanfer                  | Mavi             | Generico            | 6         | 1           | 1            | 4                            | 6                                       |                            | 1                 |                    | 1           | 1                     |            |            |              | 1         |                      | 1                      |             | 1                            |                                    |
| Sanfer                  | Probiomed        | Generico            |           |             |              |                              | 1                                       |                            |                   |                    |             | 1                     |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Sanfer                  | Sanfer           | Patente             | 1         | 1           |              |                              | 8                                       |                            |                   |                    |             | 1                     |            | 1          |              | 1         |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| Schering-Plough         | Schering-Plough  | Patente             |           | 2           |              | 2                            | 1                                       | 4                          |                   | 1                  |             | 1                     |            |            | 1            | 2         |                      |                        |             |                              |                                    |
| Senosiain               | Altia            | Patente             |           |             |              |                              | 4                                       |                            | 2                 |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Senosiain               | Cetus            | Patente             |           |             |              |                              | 1                                       |                            | 1                 |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Senosiain               | Itra             | Patente             |           |             |              |                              | 4                                       | 1                          |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Senosiain               | Senosiain        | Patente             |           |             |              |                              | 2                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Siegfried Rhein         | Siegfried Rhein  | Patente             | 5         | 1           |              |                              | 6                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           | 1                    |                        |             | 2                            |                                    |
| Soriana                 | Nodrim           | Generico            | 6         | 6           | 1            | 5                            | 4                                       | 2                          | 5                 |                    | 3           | 7                     |            | 2          |              | 4         |                      | 4                      |             | 4                            |                                    |
| Synthon                 | Nafar            | Generico            |           |             |              |                              | 1                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Synthon                 | Synthon          | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            | 1                 |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Takeda                  | Takeda           | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            | 11                |                    |             |                       |            | 1          |              |           |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| Teva                    | Rimsa            | Patente             |           |             |              |                              |                                         |                            |                   |                    |             |                       | 1          |            |              |           |                      |                        |             | 1                            |                                    |
| Teva                    | Teva             | Patente             | 1         |             |              | 1                            |                                         |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             | 2                            |                                    |
| Valeant Pharmaceuticals | Atlantis         | Generico            | 3         |             |              |                              | 1                                       |                            |                   |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Valeant Pharmaceuticals | Grossman         | Generico            |           |             |              |                              | 4                                       |                            |                   |                    |             |                       |            | 2          |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Valeant Pharmaceuticals | Perrigo          | Generico            | 1         |             |              |                              | 1                                       |                            |                   |                    | 2           | 1                     |            |            |              | 3         | 1                    |                        |             |                              |                                    |
| Valeant Pharmaceuticals | Tecnofarma       | Generico            |           | 1           |              | 1                            |                                         |                            |                   |                    |             | 1                     |            |            |              | 1         |                      |                        |             |                              |                                    |
| Valeant Pharmaceuticals | Valeant          | Generico            |           |             |              |                              |                                         |                            | 1                 |                    |             |                       |            |            |              |           |                      |                        |             |                              |                                    |
| Walmart                 | Medimart         | Generico            | 11        | 13          | 1            | 11                           | 40                                      | 4                          | 9                 | 1                  | 4           | 8                     | 4          | 4          | 1            | 7         | 1                    | 5                      |             | 9                            |                                    |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catalogo Básico de Medicamentos (2018) y Paginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2023).

En la tabla 3.6. de los 1419 que son elaborados por los grupos empresariales, las patologías que tienen una mayor cantidad de fármacos producidos son para la enfermedades infecciosas y parasitarias con 389 productos, es decir el 27.41% del total, seguido de analgesia con 149 siendo este el 10.5%, en tercer lugar, se encuentra cardiología con 9.65% con una cantidad de 139, en cuarto lugar, están las enfermedades de endocrinología y metabolismo con 119, finalmente en el quinto lugar se encuentran las enfermedades de reumatología y traumatología con 8.17%.

El caso contrario las patologías que producen la menor cantidad de medicamentos son las soluciones electrolíticas, planificación familias, oncología (encargada de las neoplastias), oftalmología y hematología las cuales producen en conjunto el 1.83% de la demanda de fármacos que se elaboran en el mercado,

Por otro lado, los grupos que más producen medicamentos son Corporativo Fragua 9.4%, Femsa (con su subsidiaria farmacias Yza) con 7.0%, Sanfer con 4.4%, Soriana con 3.7%, Walmart de México con 9.4%, mismos que elaboran alrededor del 33.9% de fármacos que tienen estas asociaciones. Por su parte los grupos que menos elaboran medicamentos son Church And Dwight, Expanscience Laboratories, Grupo Ifaco, Megalabs y Nestlé (su división de productos para la salud) con una participación del 0.1%, cada uno dando un total de 0.5% del mercado.

**Tabla 3.7.**

*Concentración de los medicamentos de acuerdo con su patología*

| <b>Patología</b>                        | <b>C1</b> | <b>C3</b> | <b>C5</b> |
|-----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Analgesia                               | 0.0738    | 0.2147    | 0.3221    |
| Cardiología                             | 0.0949    | 0.2846    | 0.4014    |
| Dermatología                            | 0.1000    | 0.3000    | 0.5000    |
| Endocrinología y metabolismo            | 0.1008    | 0.2773    | 0.4033    |
| Enfermedades infecciosas y parasitarias | 0.1080    | 0.2853    | 0.4267    |
| Enfermedades inmunoalérgicas            | 0.1111    | 0.3333    | 0.5000    |
| Gastroenterología                       | 0.1264    | 0.3218    | 0.4482    |
| Gineco-Obstetricia                      | 0.1667    | 0.4166    | 0.5833    |
| Hematología                             | 1.0000    | 1.0000    | 1.0000    |
| Nefrología y Urología                   | 0.0755    | 0.2264    | 0.3773    |
| Neumología                              | 0.1013    | 0.2911    | 0.4303    |
| Neurología                              | 0.1351    | 0.3513    | 0.5135    |
| Nutriología                             | 0.1026    | 0.2820    | 0.4358    |
| Oftalmología                            | 1.0000    | 1.0000    | 1.0000    |
| Oncología                               | 0.2000    | 0.6000    | 1.0000    |
| Otorrinolaringología                    | 0.0946    | 0.2297    | 0.3378    |
| Planificación Familiar                  | 0.1429    | 0.4286    | 0.7143    |
| Psiquiatría                             | 0.1250    | 0.3035    | 0.4821    |
| Reumatología y traumatología            | 0.0776    | 0.2241    | 0.3362    |
| Soluciones electrolíticas y plasma      | 0.3000    | 0.7000    | 0.9000    |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catalogo Básico de Medicamentos (2018), Páginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2023).

Por otro lado, en la tabla 3.7, se muestran los índices de concentración C1, C3 y C5 de los grupos empresariales enfocados en la elaboración de productos farmacéuticos; basándose en la tabla las patologías, dando como resultado un monopolio en hematología y oftalmología donde los grupos que tienen este ratio en C1 son Sanofi con un producto anticoagulante dentro de la hematología para el primero y Novartis con gotas para aliviar los síntomas de irritación para los ojos para el segundo, es decir una empresa francesa y una suiza.

En el caso de los fármacos empleados en el rubro de dermatología se ve una concentración del 0.1 en cada nivel, es decir que en C1 su valor será de 0.1 en C3 es de 0.3 y en C5 es de 0.5; esto sucede porque al evaluar la lista de productos de la Profeco solo se han identificado 10 grupos con un solo medicamento cada uno, es por ello que esta cifra se da de esa forma.

Por otra parte, las patologías que tienen una concentración tan grande que son considerados oligopolios en un nivel de C3 son oncología con un ratio de 0.6; y soluciones electrolíticas y de plasma con 0.70; por otro lado, las patologías que llegan tener esta estructura en el C5, es dermatología con 0.5, enfermedades inmunoalérgicas con 0.5, gineco-obstetricia 0.5833, neurología con 0.5135 y planificación familiar con 0.7143.

La patología que posee una menor concentración en su fabricación es analgesia donde el C1 posee una concentración de 0.0738, a un nivel de C3 esta participación aumenta a 0.2147 y finalmente en un grado de C5 es 0.3221, demostrando así que este es el sector de mayor competencia en la elaboración de distintos productos tales como paracetamol o tramadol que son prescritos para dolores y fiebres leves. Dentro de los grupos con menor concentración por patología que se encuentran en un mercado más competitivo a un nivel de concentración C5 son analgesia con 0.3221, reumatología y traumatología con 0.3362, otorrinolaringología con 0.3378, y finalmente neurología y urología con 0.3773.

## **Conclusión**

A lo largo de este estudio, se ha evidenciado la complejidad y diversidad de los grupos empresariales en México, así como su evolución histórica y las estrategias que han adoptado para fortalecer su posición en el mercado. Estos grupos han pasado por diversas etapas, desde su creación en la época porfiriana hasta su consolidación en el periodo postrevolucionario y su reestructuración en el contexto neoliberal.

Además, se ha destacado la importancia de las integraciones horizontales, verticales y los conglomerados, misma que ha permitido que los grupos que se han integrado en la primera forma puedan aumentar su poder de mercado y eficiencia económica, mientras que la integración vertical les ha facilitado un mayor control sobre la cadena de suministro, de esta manera reduciendo sus costos. Ahora bien, estas estrategias han sido clave para su crecimiento y estabilidad de las empresas estudiadas que pertenecen tanto al sistema financiero como el sistema de salud.

Por otro lado, también se ha mencionado la relevancia de las redes empresariales y las relaciones entre los grupos económicos con el sector bancario. Estas conexiones han sido fundamentales para el acceso a financiamiento y la formación de alianzas estratégicas, contribuyendo tanto al desarrollo como la prevalencia de los grupos empresariales.

En ese sentido, el gobierno corporativo ha jugado un papel crucial en la gestión de estos grupos, asegurando que las decisiones se tomen de manera eficiente y alineada con los objetivos estratégicos. La estructura de control ya sea piramidal, jerárquica o cruzada, ha sido esencial para mantener la cohesión y el funcionamiento de los grupos empresariales.

Por su parte las investigaciones del sector salud se han enfocado en investigar el comportamiento de la oferta de los grupos empresariales, estos han adoptado diversas estrategias de integración siendo mayoritariamente verticales con el fin de mejorar su capacidad para responder ante las necesidades de la población.

Asimismo, este sector se encuentra bajo el yugo de grupos que buscan tener una mayor eficiencia y control sobre la cadena de valor, desde la producción de medicamentos hasta la prestación de servicios de atención médica, donde ha quedado demostrado que la concentración de los productos ofrecidos en el mercado ha sido mediante una estructura oligopólica dividida en 60 grupos que abarcan al menos el 67.12% de todos los productos mostrados por la Profeco, y

además tan solo 23 de estas asociaciones emplean al 64.79% de la población que se dedica a este sector.

Finalmente, es necesario enfatizar en la necesidad de establecer mecanismos de control y transparencia para evitar prácticas monopólicas, dando de esta forma un medio para asegurar que los grupos empresariales contribuyan de manera positiva al bienestar de la sociedad de los sectores vulnerables en México. Solo a través de una regulación adecuada y una supervisión efectiva se podrá garantizar que el sector salud en México sea capaz de enfrentar futuras emergencias sanitarias y mejorar la calidad de vida de la población.

## Referencias bibliográficas

- Alba, C. (2020). Los empresarios mexicanos durante el gobierno de Peña Nieto. *Foro Internacional*. 60(2), 537-627. <https://doi.org/10.24201/fi.v60i2.2733>
- Asociación Bancaria Mexicana. (s/f). *La Banca en México*.  
[https://www.abm.org.mx/descargas/1830\\_1910.pdf](https://www.abm.org.mx/descargas/1830_1910.pdf)
- Bardey, D. y Buitrago, G. (2016). Integración vertical en el sector colombiano de la salud. *Revista Desarrollo y Sociedad*. 77. 231-262.  
<https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/dys/article/view/6691>
- Basave, J. (2001). Un siglo de grupos empresariales en México. *Textos Breves de Economía*.  
UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas.  
<https://datosabiertos.unam.mx/IIEc:RU-UNAM:685222>
- Becerra, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teórica. *Innovar*, 18(32), 27-45.  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/19828/0>
- Bernal, I. (2021). Política fiscal y financiera y grupos empresariales en México. *Ola financiera*  
UNAM, 14 (39), 100-132. <http://dx.doi.org/10.22201/fe.18701442e.2021.39.80079>
- Castañeda, G. (1988). *La empresa mexicana y su Gobierno Corporativo. Antecedentes y Desafíos para el siglo XXI*. Universidad de las Américas Puebla y Alter Ego Ediciones.
- Castañeda, G. (2010). Evolución de los grupos económicos durante el periodo 1940-2008. En Flickr, S. *Historia económica general de México: de la colonia de nuestros días* (1 ed., pp. 603-634). El colegio de México. DOI:10.2307/J.CTV47WF39.23
- Castaño, G. (1999). *Teoría de la agencia y sus aplicaciones*. Universidad Nacional de Colombia. 7-12. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/11079>
- Cerutti, M. (2018). Los Zambrano (en y desde Monterrey). Perfil y protagonismo de una influyente familia empresarial. En Almaraz, A. y Ramírez, L. *Familias empresariales en México. Sucesión Generacional y continuidad en el siglo XX*. (pp. 95-135). Colegio de la

Frontera Norte.

[https://www.researchgate.net/publication/327764138\\_Familias\\_Empresariales\\_en\\_Mexico\\_o\\_Sucesion\\_generacional\\_y\\_continuidad\\_en\\_el\\_siglo\\_XX](https://www.researchgate.net/publication/327764138_Familias_Empresariales_en_Mexico_o_Sucesion_generacional_y_continuidad_en_el_siglo_XX)

Chavarín, R. (2010). *Banca, Grupos Económicos y gobierno corporativo en México*. Centro de Estudios Espinosa Yglesias. <https://ceey.org.mx/03-banca-grupos-economicos-y-gobierno-corporativo-en-mexico/>

Chavarín, R. (2011). Los grupos económicos en México a partir de una tipología de arquitectura y gobierno corporativo. Una revisión de sus explicaciones teóricas. *El trimestre económico*, 78(309), 193-234.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-718X2011000100193](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-718X2011000100193)

Chavarín, R. y Ríos, J. (2018). Los diez mayores grupos económicos de México y su impacto económico. *CIMEXUS*, 13(2). 175-199.

<https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/297>

Coloma, G. (2005). *Economía de la organización industrial*.

[https://www.academia.edu/30333189/Econom%C3%ADa\\_de\\_la\\_organizaci%C3%B3n\\_industrial](https://www.academia.edu/30333189/Econom%C3%ADa_de_la_organizaci%C3%B3n_industrial)

Comisión Federal de Competencia Económica (29 de octubre de 2021). *La colusión en el mercado privado de medicamentos*. 1-7. <https://www.cofece.mx/articulo-trimestral-la-colusion-en-el-mercado-privado-de-medicamentos/>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2024). *Bancos de Importancia Sistémica Local*.

<https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/bancos-de-importancia-sistemica>

Consejo de Salubridad General, (2016). Edición 2018 del cuadro básico y catálogo de medicamentos. [csg.gob.mx/descargas/pdf/priorizacion/cuadro-](https://csg.gob.mx/descargas/pdf/priorizacion/cuadro-basico/med/catalogo/2016/EDICION_2016_MEDICAMENTOS.pdf)

[basico/med/catalogo/2016/EDICION\\_2016\\_MEDICAMENTOS.pdf](https://csg.gob.mx/descargas/pdf/priorizacion/cuadro-basico/med/catalogo/2016/EDICION_2016_MEDICAMENTOS.pdf)

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2017). *Ingreso, pobreza y salario mínimo*. 1-2. [https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/INGRESO-](https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/INGRESO-POBREZA-)

[POBREZA-](https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/INGRESO-POBREZA-)

[SALARIOS.pdf#search=INGRESO%2C%20POBREZA%20Y%20SALARIO%20M%C3%8DNIMO](#)

Correa, E. (2005). Financiamiento al sector privado: a una década de la crisis bancaria mexicana. *Economía Mexicana*. UNAM, 337,63-70. <https://biblat.unam.mx/es/revista/economia-informa/articulo/financiamiento-al-sector-privado-a-una-decada-de-la-crisis-bancaria-mexicana>

Diario Oficial de la Federación, (publicado el 23 de noviembre de 2018). Edición 2018 del cuadro básico y catálogo de medicamentos. [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5544613&fecha=23/11/2018&print=true](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5544613&fecha=23/11/2018&print=true)

EMIS. (2022). <https://emis.bibliotecabuap.elogim.com/php/search/searchv2>

Emmerich, G. (2004). Transparencia, rendición de cuentas, responsabilidad gubernamental y participación ciudadana. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*. 67-90. <https://www.redalyc.org/pdf/726/72620404.pdf>

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2021 sobre Covid-19. (2022). *Resultados Nacionales*. 31-35. [https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/doctos/informes/220804\\_Ensa21\\_digital\\_4ago.pdf](https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2021/doctos/informes/220804_Ensa21_digital_4ago.pdf)

Espinoza, E. y Ricárdez, J. (2016). Grupos empresariales para fomentar el crecimiento económico en México. *Cofin Habana*, 10(2), 184-199. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S207360612016000200010&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S207360612016000200010&lng=es&tlng=es).

Faster Capital. (2024). *Economías de escala: aprovechar las economías de escala en las fusiones de conglomerados*. <https://fastercapital.com/es/contenido/Economias-de-escala--aprovechar-las-economias-de-escala-en-las-fusiones-de-conglomerados.html>

Fernández de Castro, J., y Duch, N. (2003). *Economía Industrial. Un enfoque estratégico*. Mc Graw Hill. 65-162.

- Gil, S. y Camacho, J.(1999). *La integración vertical. Costes, beneficios y toma de decisiones*. La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispanofrancés, Logroño. 2. 573-578. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=565261>
- Gobierno de México (2019, 15 de julio). Más de 400 mil mdp en impuestos fueron condonados entre 2007 y 2018, informa el presidente; ni un paso atrás en la transformación. [Comunicado de prensa]. <https://www.gob.mx/amlo/prensa/mas-de-400-mil-mdp-en-impuestos-fueron-condonados-entre-2007-y-2018-informa-presidente-ni-un-paso-atras-en-la-transformacion?idiom=es>
- Gobierno de México, SHCP y SAT (2019). *Condonaciones*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/462900/Presentaci\\_n\\_Condonaciones\\_SAT.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/462900/Presentaci_n_Condonaciones_SAT.pdf)
- Gruma (s.f.). Consejo de Administración. <https://www.gruma.com/es/inversionistas/inversionistas-gruma/gobierno-corporativo/consejo-de-administracion.aspx>
- Grupo Carso (s.f.). Unidades de Negocio. <https://www.carso.com.mx/unidades-de-negocio/>
- Grupo Financiero Banorte (s.f.). Consejo de Administración. <https://investors.banorte.com/es/governance/board-of-directors>
- Grupo Financiero Inbursa (s.f.)¿Quiénes somos? [https://www.inbursa.com/portal/?page=Document/doc\\_view\\_section.asp&id\\_document=1135&id\\_category=16](https://www.inbursa.com/portal/?page=Document/doc_view_section.asp&id_document=1135&id_category=16)
- Grupo Sanborns (s.f.). Acerca de Grupo Sanborns. <http://www.gsanborns.com.mx/perfil-corporativo.html>
- Industria BMI (2024). Informe de Productos Farmacéuticos de México Q2 2024 - 12. Panorama competitivo de los productos farmacéuticos en México. EMIS. <https://emis.bibliotecabuap.elogim.com/v2/documents/8222865> Industria BMI (2024). Informe de Productos Farmacéuticos de México Q2 2024 - 12. Panorama competitivo de los productos farmacéuticos en México. 88?keyword=BRULUART

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (11 de diciembre de 2020). *Cuenta satélite del sector salud en México, 2019*.  
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/StmaCnNal/CSSS2019.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (9 de diciembre de 2024). *Cuenta satélite del sector salud en México, 2013*.  
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSSSM/CSSSM2023.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). *Producto Interno Bruto [PIB] trimestral por actividad económica*. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/#tabulados>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2015). Censos Económicos 2014.  
<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2020). Censos Económicos 2019.  
<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#tabulados>
- Instituto nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2016). Estadísticas a propósito de la industria farmacéutica.  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825088583.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825088583.pdf)
- Instituto nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE]. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2023). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares [ENIGH]. 2022 nueva serie. 54-56.  
<https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/#documentacion>
- Intergovernmental panel on climate change (2014). *Observed Impacts, Vulnerability, and Adaptation in a Complex and Changin World. Climate Change 2014. Impacts, Adaptation and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects*. 4-9. Cambridge University Press. [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/WGIIAR5-PartA\\_FINAL.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/WGIIAR5-PartA_FINAL.pdf)

Intergovernmental panel on climate change (2018). *Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*. Cambridge University Press. 175-510.  
<https://doi.org/10.1017/9781009157940>

Ley Federal de Competencia Económica (publicada en 2014 y reformada el 20 de mayo de 2021). Artículos 52-56. Documento Oficial de la Federación.  
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfce.htm>

Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (1 de julio de 2020). Artículo 245. Documento Oficial de la Federación.  
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI.pdf>

Ley para Regular Las Agrupaciones Financieras. (2014, reformada el 9 de marzo de 2018). Artículo 5. Documento Oficial de la Federación.  
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LRAF.pdf>

Lomelí, L. (2020). La economía de la salud en México, *CEPAL* (132). 195-208.  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/46830-la-economia-la-salud-mexico>

López, M., García, J., Pacheco, R., Escamilla, R. y Villanueva, M. (2010). La influenza A/H1N1 2009. Una crónica de la primera pandemia del siglo XXI. Coordinación de Publicaciones Digitales, *DGSCA-UNAM*, 11(4), 1-19.  
<https://revista.unam.mx/vol.11/num4/art37/art37.pdf>

Macho, I., y Pérez, D. (2005). *Introducción a la economía de la información*. Ariel. 2ª Edición

Mahlburg, C. (2000). Value Creation-Vertical Integration. *Industry Week*.  
<https://www.industryweek.com/supply-chain/planning-forecasting/article/21959066/value-creation-vertical-integration>

Martin, J. (s/f). Porter, M. E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Study Guide. Chapter 14: The Strategic Analysis of Vertical Integration*  
<https://maaw.info/ArticleSummaries/ArtSumPorter1980Chp14.htm>

- Morales, H., Encinas, C., Corona, M. y Reyes, M. (2007). La nacionalización de la banca mexicana como mecanismo de reconfiguración de los grupos económicos. *Centro de Estudios Espinosa Yglesias*. <https://ceey.org.mx/11-la-nacionalizacion-de-la-banca-mexicana-como-mecanismo-de-reconfiguracion-de-los-grupos-economicos/>
- Motta, M. (2018). *Política de competencia Teoría y práctica*. Fondo de Cultura Económica. 137-466.
- Nercesian, I. (2020). Los grupos económicos cambios y continuidades. Presidentes empresarios y estados capturados. *América Latina en el siglo XXI*. Buenos Aires: Teseo. <https://www.teseopress.com/presidentes/chapter/capitulo-1-los-grupos-economicos-cambios-y-continuidades/>
- Organización Internacional del Trabajo (2017). *Resumen Ejecutivo. Informe Mundial sobre la protección social (2017-2019). La protección social universal para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. 5. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_624890.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_624890.pdf)
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2022). *Gasto en Salud*. <https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/gastoensalud.htm>
- Pesqueux, Y. (2019) Culturas, culturalismo y mundialización, *Administración y organizaciones*. 11(21), 85-106. <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/208>
- PISA Farmacéutica (2024). Maquila de Productos. <https://www.pisa.com.mx/maquila-de-productos/>
- Procuraduría Federal del Consumidor (2016). Medicamentos genéricos y de patente ¿Cuánto cuestan? Gobierno de México. <https://www.gob.mx/profeco/documentos/medicamentos-genericos-y-de-patente-cuanto-cuestan?state=published>
- Reyes, M. y Morales, H. (2014). *La reconfiguración de los grupos económicos en México a partir de la nacionalización bancaria de 1982*. Universidad Iberoamericana Puebla. <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/3567/cuaderno%2010-prueba%20fina.pdf?sequence=1>
- Santander. (2021). Estructura. <https://ddmerc.com/disenoweb/santanderBR21/estructura.php>

- Santos, I. y Arcudia, C. (2012). La élite del poder económico en México. Configuraciones de red corporativa tipo “grupo económico” y modo de regulación dominante. *Revista de economía Crítica*, 14, 6-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4094682>
- Secretaria de Salud (2012). Definiciones y conceptos fundamentales para el mejoramiento de la calidad de la atención a la salud. 155. [http://www.calidad.salud.gob.mx/site/editorial/dgr-editorial\\_00.html](http://www.calidad.salud.gob.mx/site/editorial/dgr-editorial_00.html)
- Secretaria de Salud (2022). Panorama epidemiológico de las enfermedades nos transmisibles en México, cierre 2021. 4. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/745354/PanoEpi\\_ENT\\_Cierre2021.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/745354/PanoEpi_ENT_Cierre2021.pdf)
- Tamayo, M. y Piñeros, J. (2007). Formas de integración de las empresas. *Ecos de economía*. 11(24), 27-45. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ecos-economia/article/view/722>.
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Ediciones universidad Católica de Chile. Cuarta edición.
- Tarziján, J., y Paredes R. (2012). *Organización Industrial para la estrategia empresarial*. Pearson educación de chile Ltda. Tercera edición.
- Tinajero, D. (2023). *La élite hacendaria y el problema tributario en México*. FLACSO México.
- Vilaseca, J., Torrent, J., y Lladós, J. (2001) De la economía de la información a la economía del conocimiento: Algunas consideraciones conceptuales y distintivas. *Tendencias*. II(2). 45-63. [https://www.researchgate.net/publication/228707995\\_De\\_la\\_economia\\_de\\_la\\_informacion\\_a\\_la\\_economia\\_del\\_conocimiento\\_algunas\\_consideraciones\\_conceptuales\\_y\\_distintivas](https://www.researchgate.net/publication/228707995_De_la_economia_de_la_informacion_a_la_economia_del_conocimiento_algunas_consideraciones_conceptuales_y_distintivas)

## Anexos

### Anexo 1

*Grupos y laboratorios que producen medicamentos de analgesia.*

| Nombre Del Grupo         | Laboratorio          | Medicamentos |         |          |
|--------------------------|----------------------|--------------|---------|----------|
|                          |                      | Total        | Patente | Genérico |
| Allen                    | Allen                | 1            |         | 1        |
| Allen                    | Solara               | 1            |         | 1        |
| Bayer                    | Bayer                | 5            | 5       |          |
| Biomep                   | Biomep               | 5            |         | 5        |
| Bioresearch              | Bioresearch          | 1            |         | 1        |
| Boehringer Ingelheim     | Boehringer Ingelheim | 1            | 1       |          |
| Chedraui                 | Supramed             | 2            |         | 2        |
| Collins                  | Collins              | 5            |         | 5        |
| Corporativo Fragua       | Pharmalife           | 10           |         | 10       |
| Farma Vita               | Medialiv             | 2            |         | 2        |
| Farmacom                 | Farmacom             | 1            |         | 1        |
| Femsa                    | Farmacias Yza        | 11           |         | 11       |
| Gelpharma                | Gelpharma            | 2            |         | 2        |
| Glaxo                    | Glaxo                | 3            | 3       |          |
| Grunenthal               | Grunenthal           | 2            |         | 2        |
| Grupo Bruluart           | Bruluart             | 4            |         | 4        |
| Grupo Bruluart           | Bruluagsa            | 2            |         | 2        |
| Grupo Chinoin            | Chinoin              | 1            | 1       |          |
| Grupo Farmacéutico Somar | Pharmacaps           | 2            |         | 2        |
| Grupo Farmacéutico Somar | Quifa                | 2            |         | 2        |
| Grupo Loeffler Russek    | Loeffler             | 1            |         | 1        |
| Grupo Maver              | Maver                | 6            |         | 6        |
| Grupo Raam               | Raam                 | 3            |         | 3        |
| Grupo Reckitt Benckiser  | Reckitt Benckiser    | 3            | 3       |          |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Medley               | 1            |         | 1        |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Sanofi               | 1            | 1       |          |
| Grupo Silanes            | Silanes              | 1            |         | 1        |
| IQFA                     | IQFA                 | 2            |         | 2        |
| Johnson & Johnson        | Janssen              | 5            |         | 5        |
| Liomont                  | Liomont              | 1            | 1       |          |
| Neolpharma               | Neolpharma           | 2            |         | 2        |
| Neolpharma               | Psicofarma           | 2            |         | 2        |
| Neolpharma               | Alpharma             | 1            |         | 1        |

|                         |                 |    |   |    |
|-------------------------|-----------------|----|---|----|
| Pfizer                  | Pfizer          | 2  | 2 |    |
| Por Un País Mejor       | Best            | 5  |   | 5  |
| Sanfer                  | Mavi            | 6  |   | 6  |
| Sanfer                  | Grimann         | 1  |   | 1  |
| Sanfer                  | Sanfer          | 1  | 1 |    |
| Siegfried Rhein         | Siegfried Rhein | 5  | 5 |    |
| Soriana                 | Nodrim          | 6  |   | 6  |
| Teva                    | Teva            | 1  | 1 |    |
| Valeant Pharmaceuticals | Atlantis        | 3  |   | 3  |
| Valeant Pharmaceuticals | Perrigo         | 1  |   | 1  |
| Walmart                 | Medimart        | 11 |   | 11 |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catalogo Básico de Medicamentos (2018) y Páginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2024).

## Anexo 2

*Grupos y laboratorios que producen medicamentos de cardiología.*

| Nombre del grupo         | Laboratorio          | Medicamentos |         |          |
|--------------------------|----------------------|--------------|---------|----------|
|                          |                      | Total        | Patente | Genérico |
| Abbott Laboratories      | Abbott Laboratories  | 1            | 1       |          |
| Allen                    | Allen                | 2            |         | 2        |
| Astrazeneca              | Astrazeneca          | 8            | 8       |          |
| Grupo Bayer              | Bayer                | 1            | 1       |          |
| Biomep                   | Biomep               | 3            |         | 3        |
| Bioresearch              | Bioresearch          | 1            |         | 1        |
| Boehringer Ingelheim     | Boehringer Ingelheim | 7            | 7       |          |
| Chedraui                 | Supramed             | 4            |         | 4        |
| Corporativo Fragua       | Pharmalife           | 13           |         | 13       |
| Farma Vita               | Medialiv             | 7            |         | 7        |
| Farmacom                 | Farmacom             | 1            |         | 1        |
| Femsa                    | Farmacias Yza        | 13           |         | 13       |
| Grupo Bago               | Armstrong            | 1            |         | 1        |
| Grupo Bruluart           | Bruluart             | 2            |         | 2        |
| Grupo Farmacéutico Somar | Serral               | 1            |         | 1        |
| Grupo Maver              | Maver                | 8            |         | 8        |
| Grupo Raam               | Raam                 | 4            |         | 4        |
| Grupo Salud Total        | Salud Total          | 4            |         | 4        |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Sanofi               | 5            | 5       |          |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Medley               | 3            |         | 3        |

|                         |                 |    |   |    |
|-------------------------|-----------------|----|---|----|
| Liomont                 | Liomont         | 3  | 3 |    |
| Neolpharma              | Alpharma        | 4  |   | 4  |
| Neolpharma              | Neolpharma      | 2  |   | 2  |
| Neolpharma              | Psicofarma      | 1  |   | 1  |
| Novartis                | Novartis        | 4  | 4 |    |
| Novartis                | Sandoz          | 1  | 1 |    |
| Pfizer                  | Pfizer          | 3  | 3 |    |
| Pisa                    | Pisa            | 1  |   | 1  |
| Por Un País Mejor       | Best            | 4  |   | 4  |
| Sanfer                  | Grimann         | 1  |   | 1  |
| Sanfer                  | Mavi            | 1  |   | 1  |
| Sanfer                  | Sanfer          | 1  | 1 |    |
| Schering-Plough         | Schering-Plough | 2  | 2 |    |
| Siegfried Rhein         | Siegfried Rhein | 1  | 1 |    |
| Soriana                 | Nodrim          | 6  |   | 6  |
| Valeant Pharmaceuticals | Tecnofarma      | 1  |   | 1  |
| Walmart                 | Medimart        | 13 |   | 13 |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catálogo Básico de Medicamentos (2018) y Páginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2024).

### Anexo 3.

*Grupos y laboratorios que producen medicamentos de endocrinología y metabolismo.*

| Nombre del grupo                 | Laboratorio                      | Medicamentos |         |          |
|----------------------------------|----------------------------------|--------------|---------|----------|
|                                  |                                  | Total        | Patente | Genérico |
| Abbott Laboratories              | Abbott Laboratories              | 1            | 1       |          |
| Astrazeneca                      | Astrazeneca                      | 2            | 2       |          |
| Biomep                           | Biomep                           | 2            |         | 2        |
| Bioresearch                      | Bioresearch                      | 3            |         | 3        |
| Boehringer Ingelheim y Eli Lilly | Boehringer Ingelheim y Eli Lilly | 1            | 1       |          |
| Chedraui                         | Supramed                         | 4            |         | 4        |
| Collins                          | Collins                          | 1            |         | 1        |
| Corporativo Fragua               | Pharmalife                       | 12           |         | 12       |
| Eli Lilly Company                | Eli Lilly                        | 2            | 2       |          |
| Eli Lilly y Takeda               | Eli Lilly y Takeda               | 2            | 2       |          |
| Farma Vita                       | Medialiv                         | 5            |         | 5        |
| Femsa                            | Farmacias Yza                    | 10           |         | 10       |
| Gelpharma                        | Gelpharma                        | 1            |         | 1        |
| Grupo Bruluart                   | Bruluart                         | 3            |         | 3        |
| Grupo Chinoin                    | Chinoin                          | 2            |         | 2        |

|                          |                 |    |   |    |
|--------------------------|-----------------|----|---|----|
| Grupo Farmacéutico Somar | Serral          | 1  |   | 1  |
| Grupo Intas              | Accord          | 2  |   | 2  |
| Grupo Loeffler Russek    | Loeffler        | 4  |   | 4  |
| Grupo Maver              | Maver           | 3  |   | 3  |
| Grupo Raam               | Raam            | 1  |   | 1  |
| Grupo Salud Total        | Salud Total     | 5  |   | 5  |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Sanofi          | 5  | 5 |    |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Medley          | 2  |   | 2  |
| IQFA                     | IQFA            | 3  |   | 3  |
| Merck (MSD)              | Merck (MSD)     | 8  | 8 |    |
| Neolpharma               | Alpharma        | 2  |   | 2  |
| Neolpharma               | Psicofarma      | 3  |   | 3  |
| Novartis                 | Novartis        | 1  | 1 |    |
| Pfizer                   | Pfizer          | 4  | 4 |    |
| Pisa                     | Salucom         | 1  |   | 1  |
| Por Un país Mejor        | Best            | 2  |   | 2  |
| Sanfer                   | Mavi            | 4  |   | 4  |
| Schering-Plough          | Schering-Plough | 2  | 2 |    |
| Soriana                  | Nodrim          | 5  |   | 5  |
| Teva                     | Teva            | 1  | 1 |    |
| Valeant Pharmaceuticals  | Tecnofarma      | 1  |   | 1  |
| Walmart                  | Medimart        | 11 |   | 11 |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catalogo Básico de Medicamentos (2018) y Paginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2024). En este esquema hay dos alianzas las cuales son entre Boehringer Ingelheim y Eli Lilly; Eli Lilly y Takeda con el objetivo de producir medicamentos especializados para la diabetes.

#### **Anexo 4.**

*Grupos y laboratorios que producen medicamentos para enfermedades infecciosas y parasitarias.*

| Nombre del grupo    | Laboratorio         | Medicamentos |         |          |
|---------------------|---------------------|--------------|---------|----------|
|                     |                     | Total        | Patente | Genérico |
| Abbott Laboratories | Abbott Laboratories | 1            | 1       |          |
| Adium Pharma        | Asofarma            | 2            | 2       |          |
| Allen               | Allen               | 1            |         | 1        |
| Bayer               | Bayer               | 4            | 4       |          |
| Biomep              | Biomep              | 10           |         | 10       |
| Biomep              | Wandel              | 9            |         | 9        |
| Bioresearch         | Bioresearch         | 1            |         | 1        |

|                          |                      |    |    |    |
|--------------------------|----------------------|----|----|----|
| Boehringer Ingelheim     | Boehringer Ingelheim | 2  | 2  |    |
| Chedraui                 | Supramed             | 5  |    | 5  |
| Collins                  | Collins              | 19 |    | 19 |
| Corporativo Fragua       | Pharmalife           | 42 |    | 42 |
| Eli Lilly Company        | Eli Lilly            | 4  | 4  |    |
| Farma Vita               | Medialiv             | 9  |    | 9  |
| Farmaceutica             | Farmaceutica         | 2  |    | 2  |
| Hispanoamericana         | Hispanoamericana     | 4  |    | 4  |
| Farmacom                 | Farmacom             | 29 |    | 29 |
| Femsa                    | Farmacias Yza        | 1  |    | 1  |
| Gelpharma                | Gelpharma            | 4  | 4  |    |
| Genomma Lab              | Genomma Lab          | 7  | 7  |    |
| Glaxo                    | Glaxo                | 2  |    | 2  |
| Grupo Bago               | Armstrong            | 4  |    | 4  |
| Grupo Bruluart           | Bruluart             | 12 |    | 12 |
| Grupo Bruluart           | Bruluagsa            | 5  |    | 5  |
| Grupo Farmacéutico Somar | Serral               | 2  |    | 2  |
| Grupo Farmacéutico Somar | Lakeside             | 5  |    | 5  |
| Grupo Loeffler Russek    | Loeffler             | 14 |    | 14 |
| Grupo Maver              | Maver                | 2  |    | 2  |
| Grupo Órganon            | Órganon              | 4  |    | 4  |
| Grupo Raam               | Raam                 | 11 |    | 11 |
| Grupo Salud Total        | Salud Total          | 2  | 2  |    |
| Grupo Sanofi-Aventis     | Sanofi               | 3  | 3  |    |
| Hoffmann La Roche        | Roche                | 2  |    | 2  |
| IQFA                     | IQFA                 | 7  | 7  |    |
| Johnson & Johnson        | Janssen              | 10 | 10 |    |
| Liomont                  | Liomont              | 2  |    | 2  |
| Neolpharma               | Alpharma             | 2  | 2  |    |
| Novartis                 | Novartis             | 5  | 5  |    |
| Novartis                 | Sandoz               | 6  | 6  |    |
| Pfizer                   | Pfizer               | 7  |    | 7  |
| Pisa                     | Salucom              | 19 |    | 19 |
| Pisa                     | Pisa                 | 9  |    | 9  |
| Por Un país Mejor        | Best                 | 6  |    | 6  |
| Sanfer                   | Mavi                 | 8  | 8  |    |
| Sanfer                   | Sanfer               | 7  |    | 7  |
| Sanfer                   | Grimann              | 7  | 7  |    |
| Sanfer                   | Hormona              | 1  | 1  |    |
| Sanfer                   | Probiomed            |    |    |    |

|                         |                 |    |    |
|-------------------------|-----------------|----|----|
| Schering-Plough         | Schering-Plough | 1  | 1  |
| Senosiain               | Senosiain       | 2  | 2  |
| Senosiain               | Altia           | 4  | 4  |
| Senosiain               | Itra            | 4  | 4  |
| Senosiain               | Cetus           | 1  | 1  |
| Siegfried Rhein         | Siegfried Rhein | 6  | 6  |
| Soriana                 | Nodrim          | 4  | 4  |
| Synthon                 | Nafar           | 1  | 1  |
| Valeant Pharmaceuticals | Atlantis        | 1  | 1  |
| Valeant Pharmaceuticals | Grossman        | 4  | 4  |
| Valeant Pharmaceuticals | Perrigo         | 1  | 1  |
| Walmart                 | Medimart        | 40 | 40 |

**Nota.** Elaboración propia con datos de PROFECO (2018), Catalogo Básico de Medicamentos (2018) y Paginas Oficiales de las cadenas comerciales y grupos empresariales del sector salud (2024).



Número de oficio SACFE-060/2025

**C. MENESES PÉREZ YANET IVONNE**  
**EGRESADA DE LA LICENCIATURA EN FINANZAS**  
**DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**  
**PRESENTE**

*Sirva el presente para enviarle un cordial saludo y al mismo tiempo, me permito informarle; mediante oficio digital que, ha sido ACEPTADA su TESIS, titulada:*

***“Grupos empresariales enfocados al sector salud en México 2010 - 2022”***

*De la misma forma, le comunico que la persona responsable de la dirección de su TESIS será el **Dr. Alberto Castañón Herrera**.*

*Así mismo, le informo que usted cuenta con un periodo no mayor a un año, como máximo, a partir de recibido el presente, para realizar su examen profesional.*

*Sin otro particular, le agradezco su atención y me reitero a sus apreciables órdenes.*

**Atentamente**

**“PENSAR BIEN, PARA VIVIR MEJOR”**

Heroica Puebla de Zaragoza, a 05 de febrero de 2025

Dr. José Fernando Camacho Acevo  
**SECRETARIO ACADÉMICO**



C.c.p. Archivo  
JAVM/JFCA/Incr

(222) 2 29 55 00, ext. 7807  
academica.economia@correo.buap.mx

Número de oficio SACFE-144/2025

**Dr. Juan Alberto Vázquez Muñoz**  
**Director de la Facultad de Economía de la**  
**Benemérita Universidad Autónoma de Puebla**  
**P. M. A. C.**

*Por medio del presente oficio digital, manifiesto a usted que he cubierto la Dirección de la TESIS de la Licenciatura en FINANZAS elaborada por la*

**C. MENESES PÉREZ YANET IVONNE**

*TITULADA:*

***“Grupos empresariales enfocados al sector salud en México 2010-2022”***

*Esperando tome nota de lo anterior para los fines conducentes, me permito reiterar mis distinguidas consideraciones.*

**Atentamente**

**“PENSAR BIEN, PARA VIVIR MEJOR”**

Heroica Puebla de Zaragoza, a 06 de mayo de 2025



**Dr. Alberto Castañón Herrera**  
Director de Tesis



Número de oficio SACFE-157/2025

**C. MENESES PÉREZ YANET IVONNE**  
**EGRESADA DE LA LICENCIATURA EN FINANZAS**  
**DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**  
**P. M. A. C.**

*Sirva el presente para enviarle un cordial saludo y al mismo tiempo, me permito informarle, mediante oficio digital que, con fundamento en el Artículo 8° del Reglamento General de Titulación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, comunico a usted que, la designación para formar la Comisión Revisora de su TESIS, de la Licenciatura en Finanzas, titulada:*

***"Grupos empresariales enfocados al sector salud en México 2010-2022"***

*Ha recaído en los profesores:*

**DR. ADRIÁN JIMÉNEZ GÓMEZ**

**DRA. BEATRIZ MARTÍNEZ CARREÑO**

*Quienes, a partir de recibido el presente; **cuentan con un plazo no mayor a diez días hábiles** para revisar su proyecto y dictaminar lo procedente.*

*Sin otro particular, le agradezco y expreso mi reconocimiento a su labor.*

**Atentamente**

**"PENSAR BIEN, PARA VIVIR MEJOR"**

Heroica Puebla de Zaragoza, 03 de mayo de 2025

Dr. José Fernando Camacho Acevo  
**SECRETARIO ACADÉMICO**



Número de oficio SACFE-196/2025

**Dr. Juan Alberto Vázquez Muñoz**  
**Director de la Facultad de Economía de la**  
**Benemérita Universidad Autónoma de Puebla**  
**P. M. A. C.**

Al tiempo de enviarle un cordial saludo, le informamos que después de haber revisado minuciosamente la TESIS, que presenta la **C. MENESES PÉREZ YANET IVONNE** para obtener el grado de Licenciada en **Finanzas**; otorgamos nuestro aval a la estructura, redacción, contenido y aportaciones del documento titulado:

**“Grupos empresariales enfocados al sector salud en México 2010-2022”**

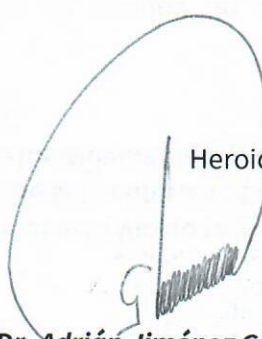
Lo anterior, considerando que reúne los requisitos necesarios para someterse a impresión.

Sin otro particular, agradecemos de antemano sus atenciones, reiterando a usted nuestras distinguidas consideraciones.

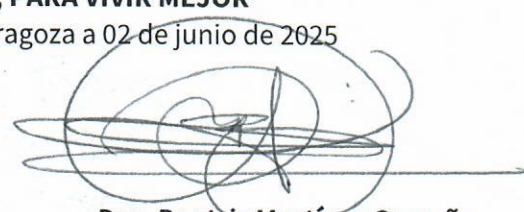
Atentamente

**“PENSAR BIEN, PARA VIVIR MEJOR”**

Heroica Puebla de Zaragoza a 02 de junio de 2025



**Dr. Adrián Jiménez Gómez**  
REVISOR



**Dra. Beatriz Martínez Carreño**  
REVISORA



Número de oficio SACFE-215/2025

**C. MENESES PÉREZ YANET IVONNE**  
**Matrícula 201863547**  
**Licenciatura en Finanzas**  
**Presente**

*Aprovechando el espacio para enviarle un cordial saludo, me dirijo a usted para informarle que el director de su TESIS ha dado su aprobación para concluir la redacción y que la Comisión Revisora se ha pronunciado en el mismo sentido, avalando la estructura, contenido y aportaciones del documento; por lo tanto, SE AUTORIZA, por parte de la Facultad de Economía de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, la impresión de su TESIS titulada:*

***“Grupos empresariales enfocados al sector salud en México 2010-2022”***

*Sin otro particular, le expreso mi felicitación por la concreción de este paso trascendental en su vida profesional.*

**Atentamente**

**“PENSAR BIEN, PARA VIVIR MEJOR”**

Heroica Puebla de Zaragoza, 10 de junio de 2025

  
Dr. José Fernando Gamacho Acevo  
**SECRETARIO ACADÉMICO**

