



De jefes

Opine usted:
empresas@elfinanciero.com



¿Doctor Simi en Japón?

Farmacias Similares, encabezada por **Víctor González Herrera**, inició su estrategia de expansión hacia Japón, apalancada en un modelo de marketing digital y redes sociales. La firma mexicana, consolidada como la cadena farmacéutica más grande de América Latina con 10 mil sucursales, proyecta su entrada al mercado oriental mediante la adaptación de su identidad corporativa y personajes emblemáticos bajo una estética local japonesa para conectar con el consumidor asiático.

La incursión en Japón representa un hito en la internacionalización de la compañía, que busca replicar su éxito operativo fuera del continente americano. González Herrera apuesta por

el posicionamiento de marca y el reconocimiento del personaje del Doctor Simi como punta de lanza para competir en una de las economías más robustas del mundo. Esta fase de crecimiento busca diversificar los ingresos del grupo y validar la escalabilidad de su modelo de negocio de medicamentos genéricos en mercados de alta regulación y demanda tecnológica.

Reto de las aseguradoras

La Cámara de Diputados realizará este jueves un foro para analizar la viabilidad de topar las primas de los seguros de gastos médicos mayores, propuesta impulsada por el diputado **Jerico Abramo Masso**. La iniciativa busca regular los costos del sector ante el incremento de pólizas, aunque cifras

del cierre de 2024 revelan un escenario financiero complejo: de los 158 mil 266 millones de pesos captados por primas, se pagaron 117 mil 438 millones en siniestros. Tras absorber gastos operativos y administrativos, el rubro registró una pérdida operativa de 3 mil 193 millones de pesos.

El desequilibrio financiero responde a una estructura de siniestralidad desproporcionada en ciertos segmentos. Mientras que las personas mayores de 60 años representan solo el 16 por ciento de los asegurados, absorben el 40 por ciento del total de los pagos por siniestros realizados por las compañías. Esta dinámica ha puesto en riesgo la rentabilidad del ramo, convirtiéndolo en un mecanismo deficitario que, de limitarse artificialmente, podría comprometer la solvencia de las instituciones y aumentar la presión sobre el sistema de salud pública.

La discusión legislativa pretende abordar la falta de transparencia en la proveeduría médica y los costos hospitalarios para ofrecer opciones más accesibles. Sin embargo, analistas del sector advierten que un tope a las primas sin ajustes en la cadena de costos



médicos carece de viabilidad técnica. El debate en San Lázaro será determinante para definir si se establecen mecanismos de control de precios o si se opta por una reestructuración de la oferta comercial que permita distribuir los riesgos sin afectar la operatividad del seguro privado en el país.

“Victor González Herrera apuesta por el posicionamiento de marca y el reconocimiento del personaje del Doctor Simi...”

Posadas inaugura hotel de lujo

Posadas, bajo la dirección de **José Carlos Azcárraga**, inauguró este fin de semana Devossion by Live Aqua, un concepto exclusivo *"all inclusive"* para adultos en Quintana Roo. El complejo cuenta con 314 habitaciones, siete restaurantes y cuatro bares, cuya operación genera 521 empleos directos y

más de 900 indirectos. Con esta apertura, la compañía acelera su plan de crecimiento en México y el Caribe, fortaleciendo su posicionamiento en el segmento de *resorts* de playa y viajes románticos.

La inversión se integra a un mercado de alto dinamismo; según el Sistema de Información Turística de Quintana Roo, al cierre de noviembre de 2025, la entidad recibió a más de 2.5 millones de visitantes vía aérea y 700 mil cruceristas. Esta afluencia generó una derrama económica superior a los 1.6 millones de dólares, validando la estrategia de Posadas de incorporar ofertas de valor *premium* para capturar el gasto de turistas nacionales y extranjeros en la región.

El nuevo activo refuerza la cadena de valor turística del estado y complementa el portafolio de marcas de la operadora hotelera líder en el país. Devossion by Live Aqua representa un movimiento estratégico para consolidar la participación de mercado de Posadas en el nicho de celebraciones especiales y lunas de miel, apalancándose en la recuperación y el crecimiento sostenido de los indicadores de arribo y gasto promedio en el Caribe mexicano.