

¿Medicinas baratas?

El capítulo de Propiedad Intelectual del nuevo acuerdo Estados Unidos, México, Canadá (USMCA) está causando un terremoto en la industria farmacéutica mexicana.

Los fabricantes de medicinas nacionales, las transnacionales farmacéuticas y los productores de genéricos, consideran que el gobierno de **Enrique Peña** cedió a las presiones de las llamadas “Big Pharma”.

En la trama, la Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos (ANAFAM), la Asociación Mexicana de Genéricos (AMEGI) y la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF).

Y es que lo que está detrás de la disputa en la Protección de Datos y Patentes es un negocio de los mercados público y privado en el sector salud con un valor combinado cercano a los 10 mil millones de dólares.

El nuevo acuerdo comercial se da en un contexto en que desaparecería el Seguro Popular, aumentarían las cuotas del IMSS y se garantizaría el acceso a medicamentos para toda la población.

El sábado pasado en Morelia el presidente electo, **Andrés Manuel López Obrador**, ya esbozó cómo podría ser la relación de su gobierno con la industria proveedora: o bajan los precios, o se buscarán en otras partes.

Un detallito: AMLO no puede unilateralmente lanzarse a comprar medicinas más baratas sin estudios de bioequivalencia de India, China o Rusia, pasando por alto los tratados comerciales firmados por México.

Uno de los motivos del enfrentamiento de la AMEGI, que preside **Rafael Maciel**; la ANAFAM, de **Dagoberto Cortés**, y la

Tiempo de Negocios

Escrito por Darío Celis Estrada
Miércoles, 10 Octubre 2018 08:08

AMIIF que encabeza

Rodrigo Puga

, fue la de alargar el período de Protección de Datos.

Los cabilderos de Pfizer, AbbVie, Johnson & Johnson, Merck, Eli Lilly y Amgen de Estados Unidos, entre otras, presionaron fuerte a México para extender de ocho a diez años la Protección de Datos.

En la AMIIF se admite que no se quiso correr riesgos. La Protección de Datos es la única figura de la Propiedad Intelectual que blinda el desarrollo de medicamentos, sobre todo los de nueva generación.

La protección de las patentes se quedó igual que lo negociado hace 24 años: plazos de 20 años, tiempo en el que se garantizan inversiones de hasta dos mil millones de dólares para obtener una molécula que termina en medicamento innovador.

El quid en esta última negociación fue la Protección de Datos para cubrir la investigación y desarrollo de las medicinas biotecnológicas, las que se obtienen a partir de células y son más eficaces.

Esta nueva familia de medicamentos combatirá males como el cáncer, artritis reumatoide y esclerosis múltiple, enfermedades que tiene postrada a la población más vulnerable, la que AMLO quiere proteger.

Pero **Robert Lighthizer** y sus muchachos metieron el tema, el equipo mexicano de **Ildefonso Guajardo**

lo aceptó y la gente de López Obrador, léase

Jesús Seade

, parece que ni cuenta se dio.

¿Medicinas baratas? ¿O el torpedo del tabasqueño iba dirigido más bien a los distribuidores del IMSS y el ISSSTE?

Tiempo de Negocios

Escrito por Darío Celis Estrada
Miércoles, 10 Octubre 2018 08:08

VA CONMEXICO

Hoy comen los de ConMéxico, este poderoso grupo de empresas de consumo que preside **Jaime Zabudovsky**, con la futura secretaria del Trabajo, **María Luisa Alcalde**. El tema de interés que les va ir a plantear la próxima funcionaria federal es cómo van coadyuvar los Bimbo de

Daniel Servitje

, Lala de

Eduardo Tricio

, Cuervo de

Juan Beckman

, Gruma de

Juan González

, Coca-Cola que preside

Manuel Arroyo

, PepsiCo que encabeza

Paula Santilli

, Jumex de

Eugenio López Rodea

, Nestlé que lidera

Fausto Costa

, Unilever que conduce

Fabio Prado

, Procter & Gamble que lleva

Marcio Andreazzi

, Diageo que dirige

Erik Seiersen

y Bacardí al mando de

Carlos Alvarez

, entre muchas más, en el programa de becarios que impondrá

Andrés Manuel López Obrador

. “Jóvenes Construyendo el Futuro” busca asignar plazas de aprendices a un millón 600 mil muchachos en su primer año. El encuentro de hoy promete estar interesante.

CPTM AFERRA

Tiempo de Negocios

Escrito por Darío Celis Estrada
Miércoles, 10 Octubre 2018 08:08

Y al desayuno de hoy entre **Pablo Azcárraga**, presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), y **Miguel Torruco**, propuesto como secretario de Turismo en el gobierno de

Andrés Manuel López Obrador

, asiste también

Alfonso Romo

, próximo Jefe de la Oficina de la Presidencia. Ayer estos dos últimos, junto con los futuros subsecretarios,

Humberto Hernández Haddad

y

Simón Levy

, evaluaron cómo va la transición. Se habló de la reingeniería de la Secretaría de Turismo y del nuevo rol que se asumirá en materia de promoción, donde la idea es subir a los empresarios del sector. Como le informé ayer, el Consejo de Promoción Turístico de México (CPTM) no desaparecerá, pero sí será objeto de un importante ajuste. Vamos, en una de éstas y

Alejandra Cámara

, originalmente designada directora, no asume esa posición. El Tren Maya es otro proyecto toral para la nueva administración que arrancará el 1 de diciembre entrante.

CRECE AZTECA

Al cierre del tercer trimestre de 2018, la audiencia de TV Azteca creció por encima del mercado de la televisión. Entre enero de 2017 y septiembre de 2018, el alcance de la televisión abierta creció 5.2%. Esto permite estimar que 102.1 millones de mexicanos vieron televisión abierta durante septiembre de 2018. En cambio, el consumo de televisión de paga cayó en 1.7% en estos veinte meses y alcanzó a 56.2 millones de personas. De vuelta a la televisión abierta, el crecimiento no fue homogéneo y tres de los cuatro canales de TV Azteca, que preside **Benjamín Salinas**

, registraron cifras récord de personas alcanzadas. Durante septiembre pasado, Azteca Uno fue visto por 81.1 millones de personas, lo que representa el máximo de los últimos veinte meses y, además, 12% más que lo registrado en enero de 2017.