



NOMBRES, NOMBRES Y... NOMBRES

POR ALBERTO AGUILAR
aguilaralberto@prodigy.net.mx

Irrita a miembros de Canifarma y AMIIF campañas de Genomma Lab e industria vs 2% a medicinas por golpe al consumidor

Nuevo impuesto a bebidas alcohólicas golpe a firmas nacionales y a comprador popular con carga del 80%; que Laureate busca aprovechar oportunidad para comprar Universidad Anáhuac; palo de SHCP también a la cultura

COMO ERA PREVISIBLE la industria farmacéutica no está conforme con la aplicación del nuevo impuesto contra la pobreza que busca implementar la SHCP de **Agustín Cárstens** y que en su caso significa un gravamen al consumo del 2 por ciento.

Su oposición no se fundamenta en el impacto que pueda generar a las empresas, sino más bien al consumidor que en los últimos años ha buscado otros remedios en vez de acceder a los productos más innovadores del negocio.

En otras palabras, el nuevo impuesto llegará en el peor momento cuando la crisis ha mermado el poder de compra de las familias, situación que se ha traducido en una mayor caída de las ventas en volumen de los productos farmacéuticos formales. De hecho en este año se da por sentado que el mercado farmacéutico privado volverá a caer en unidades en algo así como 10 por ciento, luego de que en 2008 lo hizo en 4.7 por ciento para ubicarse en unas 932 millones de cajas.

En los últimos años el mercado farmacéutico visto en volumen se ha mantenido estancado, ya que las personas optan por medicina alternativa o productos milagro que hasta ahora Salud que lleva **José Angel Córdova** no ha podido controlar.

Al igual que ha sucedido con otros rubros, se cree que una mayor carga tributaria empujará el consumo hacia la informalidad y menos hacia la medicina de innovación.

Pero precisamente en este ámbito, fíjese que hay otro asunto que ha comenzado a generar ruido en esa industria y que se relaciona con la reciente pre-

sencia de la empresa Genomma Lab en el mercado de genéricos.

Como le adelanté en su momento y es ya una realidad, esa firma que preside **Rodrigo Herrera Aspra** inició hace algunas semanas su incursión en ese negocio incluida una alianza estratégica con Televisa de **Emilio Azcárraga** para llevar sus productos a EU y otras partes del continente.

Genomma Lab arrancó con una campaña publicitaria muy agresiva que se estima degrada a otros competidores del

negocio y a la industria en general.

En uno de sus spots una persona saca de la cajuela de un auto paquetes de medicinas que luego se ofrecen en la farmacia, situación que ha molestado a varios miembros de Canifarma que encabeza **Jaime Uribe de la Mora** y no se diga a la propia AMIIF que preside **Jaime Pira**.

La connotación que se infiere es que la industria farmacéutica expende producto ilícito.

Conforme a lo que se dice, algunos de esos anuncios ni siquiera los habría aprobado la Cofepris que lleva **Miguel Ángel Toscano**, pese a que se asegura se ofrece al consumidor información poco fidedigna.

Otros puntos que se cuestionan de la campaña de Genomma Lab están los precios y sus comparativos con la competencia. Obviamente esta compañía que cotiza en la BMV aparece como la más económica.

Algunas evaluaciones de precios de Canifarma que lleva **Rafael Gual** y AMIIF que dirige **Rafael Castro** arrojan que la información de precios no es precisa y que más bien hay diferencias ostensibles que no favorecen a Genomma Lab.

Esta última también afirma en su publicidad que sus productos provienen de "los 30 mejores laboratorios del país", cuando algunos de sus proveedores no son ni siquiera nacionales, ya que algunos de sus medicamentos provienen de China e India.

Se cree que Genomma Lab no ha cumplido hasta ahora en su reciente incursión en el mercado de genéricos con los compromisos de ética que se exigen a los miembros de Canifarma y AMIIF.

Le adelanto que este es un asunto que subiría de tono en caso de que la farmacéutica decida mantener sus promocionales en demérito del gremio. Genomma Lab nació en 1996 como Infovisión, compañía orientada a aprovechar los espacios muertos de la TV para ofrecer medicamentos de la más diversa gama.

Tres años después se reorientó a

Continúa en siguiente hoja



Fecha 15.09.2009	Sección Cartera	Página 3
----------------------------	---------------------------	--------------------

la oferta de medicamentos sin prescripción y hoy vende más de 2 mil 700 millones de pesos.

EN CASO DE aprobarse los 3 pesos ad valorem por litro a las bebidas alcohólicas que produce la industria formal, resulta que algunos productos, los más económicos, llegarán a una carga fiscal hasta del 80 por ciento, lo que de facto constituirá un golpe directo al productor nacional y al consumidor popular. La industria vía la Comisión para la Industria de Vinos y Licores que lleva **Rodolfo Vargas**, a la sazón cabeza de Bacardí, y de la Fundación e Investigaciones Sociales de ese rubro (FISAC) que conduce **Francois Bouyra** de Domecq ha comenzado a cabildear en el Congreso para hacer ver que el impuesto ahondará además la problemática de un rubro que en los últimos 15 años ha sido afectado por gravámenes, lo que ha ocasionado que la industria de dudosa procedencia sea exactamente del nivel de la formal. Hoy la carga fiscal es de 72.5 por ciento por efectos del IESP y el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que se cobran. Una locura.

QUIEN EN DEFINITIVA no parece interesado en bajar la guardia a su dinámico crecimiento aquí es Laureate Education Inc que el año pasado se quedó con el UNITEC de **Ignacio Guerra** y que

llevaba **Raúl Méndez**. Sumó 8 planteles a los casi 30 que la estadounidense tiene con la Universidad del Valle de México (UVM) que adquirió en 1999. Ahora, se sabe, ha hecho contactos con la Universidad Anáhuac que lleva **Jesús Quince Andrés**, según esto en la coyuntura de una oportunidad que se visualiza en un tema de sucesión que hay al interior de ese prestigiado plantel. Se dice que los de Laureate sí ven cierta oportunidad. ¿Será?

ESTE JUEVES 17 el Museo Nacional de Antropología que lleva **Diana Magaloni** estará de manteles largos al celebrarse sus primeros 45 años. Es uno de los recintos más visitados del país con el Castillo de Chapultepec, el Museo Nacional de Historia Natural y el de Teotihuacan. Es parte de la red de inmuebles del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que comanda **Alfonso de María y Campos**. La celebración se verá empañada por el amague que hay en la propuesta económica que mandó SHCP de **Agustín Carstens** al Congreso en la que se plantea un recorte del 11 por ciento del gasto a la cultura. El presupuesto bajará de 9 mil 651 millones de pesos a 8 mil 510 millones de pesos. También se verán afectados Conaculta que lleva **Consuelo Sáizar** y el INBA a cargo de **Teresita Vicencio Álvarez**. De por sí el acceso a la cultura para el mexicano es limitado. En 2008 los museos del INAH recibieron 14 millones 600 mil visitantes y de esos 85 por ciento no pagaron boleto o lo hicieron en un pequeño porcentaje por los descuentos. El Museo de Antropología está entre los 10 más visitados del planeta.

Este jueves el Museo Nacional de Antropología estará de manteles largos al celebrarse sus primeros 45 años.
