

CAPITANES®

FUEGO EN LA FARMACIA

Los laboratorios internacionales y el Gobierno mexicano iniciaron un pleito que puede derivar en guerra.

Todo pasa ahí, en el interior de esa bulliciosa farmacia del ISSSTE que quizá esté cerca de su casa.

Ayer le revelamos un asunto que parecía caso aislado: el amparo de Sanofi Aventis por el registro sanitario que dio la autoridad a un genérico que competirá con Plavix, su famoso medicamento contra infartos.

Este es apenas el hilo del que se desprende una madeja.

Hay desesperación generalizada en grandes farmacéuticas por causa de la institución encabezada por **Jesús Villalobos López**.

El conflicto surgió de que en sus licitaciones está aceptando genéricos y se niega a adjudicar contratos directos a laboratorios que dicen ser dueños de patentes vigentes.

El caso más reciente es una gran licitación convocada por el ISSSTE en diciembre. Sólo de Plavix, comprará 277 mil envases.

La junta de aclaraciones celebrada el 26 de enero derivó en combate.

Acudieron más de 30 empresas, grandes laboratorios y distribuidoras que reclamaron a los funcionarios por no garantizar la protección a sus patentes.

Además de lo de Plavix, Selecciones Médicas del Centro cuestionó que licite otros siete medicamentos patentados, mientras que Fármacos Especializados se quejó por 14 más.

Productos Roche impugnó cuatro partidas, entre ellas la de Invirase, un antirretroviral para VIH.

Ely Lilly puso el grito en el cielo por el Raloxifeno, un medicamento contra la osteoporosis que fabrica en genérico Laboratorios Lemery.

Los funcionarios del ISSSTE les contestaron a todos lo mismo: no hay obligación legal de adjudicar directamente, y háganle como quieran.

Lo peor es que una guerra similar podría iniciar también en el IMSS, que dirige **Daniel Karam**.

TIENDITAS AL SOL

Luis Ferezin presume de conocer secretos que jamás habían contado los changarros del País.

Este brasileño encabeza en México a Accenture, una consultora que acaba de hacer una recopilación del conocimiento que guarda buena parte de las tienditas de la nación.

Por ejemplo, ahora sabe que ante una escalada de precios, el ama de casa explora entre proveedores más baratos con tal de seguir comprando.

Pero ojo, ella guarda su fidelidad para productos como el acei-

te vegetal, para el que prefiere comprar presentaciones de menor volumen antes que cambiar de marca.

Este tipo de información estará contenida en un nuevo reporte denominado Pulso, de Accenture.

Los ofrecerá trimestralmente la empresa a partir de esta semana, como una radiografía del principal canal de distribución de las empresas en México: 4 millones de changarros.

Ofrece otros datos. Detalla que artículos de alta rotación, como lácteos, botanas, dulces, helados y cigarros, generan más del 80 por ciento de los ingresos de una "tiendita".

También, que en las zonas que concentran a la población de menores ingresos, el sábado es el día más importante en volumen de ventas.

Su estudio revela, además, que la crisis despertó el ánimo emprendedor de los mexicanos: sólo en los primeros meses de 2009, fueron creados 399 mil changarros.

Accenture intenta llamar la atención de las empresas que fabrican todos los productos que usted puede ver en un anaquel.

No es la primera consultora que se ostenta como la dueña de la información de las ventas al menudeo, así que el combate va a ponerse interesante.



LA CASA GANA

Luis Orvañanos podría olvidarse hoy de cualquier dieta e invitar a su equipo unos tacos de barbacoa.

Si todo le sale bien, festejará que el capitán del Infonavit, **Victor Manuel Borrás**, le entregará el reconocimiento al desarrollador que más casas vendió con créditos de la institución durante 2010. Casi 44 mil casas colocó el festejado, 21 por ciento más respecto a 2009.

Homex, de **Eustaquio de Nicolás**, llegó segundo. Cerró con unas 26 mil casas, 25 por ciento más que en 2009. Urbi, con **Cuauhtémoc Pérez Román**, quedó tercera, colocó 8 por ciento más que en 2009.

Todos muestran que la casa sí ganó el año pasado.

MEXICANOS OPTIMISTAS

Por primera vez, México está en el Índice Anual de Vulnerabilidad Financiera del Consumidor, de Genworth Financial.

Es el estudio que anualmente realiza la empresa que aquí comanda **Alejandro Rivero Andreu**, para saber qué tanto confían en su situación económica los habitantes de un país.

Las encuestas coordinadas por la Universidad de Bristol que serán divulgadas hoy, advierten que el 79 por ciento de los hogares en México sienten que enfrentan dificultades financieras.

El promedio del estudio, que contempla a países como Alemania, Estados Unidos, Grecia, España, Portugal y Australia, es en este rubro del 56 por ciento.

Pero vea usted el lado optimista: 38 por ciento de los mexicanos opinan que su situación mejorará, muy por arriba del 26 por ciento del promedio de la investigación compuesta por 14 mil encuestas a hogares.

Lo relevante de este nuevo indicador es que anualmente podremos comparar la percepción de la economía de los mexicanos respecto a la de otros países.

Los resultados del 2010 revelan que, en general, la gente del mundo se siente más vulnerable ante la incertidumbre financiera.

capitanes@reforma.com



Jaime González Solana...

Este capitán dirige Costco en México. Sus ventas en el País impulsaron los resultados de su corporativo internacional. En enero, reportó ventas totales por 6 mil 300 millones de dólares, 9 por ciento mayores que un año antes. En México, están asociados con Comercial Mexicana.