



## La ambición de las terceras dosis

Hay dos farmacéuticas cuyo valor se ha disparado en el contexto de la pandemia: Moderna y BioNTech. El primero de marzo de 2020, antes de que la pandemia golpeará al mundo con toda su intensidad, la estadounidense Moderna tenía una valuación de 12 mil millones de dólares. Al cierre de esta semana, su valor ha crecido más de diez veces y ahora tiene una valuación de más de 150 mil millones de dólares. En el mismo periodo, la alemana BioNTech, otra de las pioneras de la tecnología mensajero ARN, sextuplicó su valor y ahora tiene una valuación de más de 85 mil millones de dólares.

Ambas firmas se han beneficiado al desarrollar en tiempo récord las dos vacunas de mayor efectividad contra el SARS-CoV-2. De acuerdo con sus reportes más recientes, BioNTech logró ingresos por 8,603 millones de dólares en el primer semestre de 2021, mientras que Moderna llegó a 6,291 millones de dólares, lo que significó un crecimiento explosivo. Ambas empresas, junto con Pfizer, con la que BioNTech se alió para tener la escala necesaria para hacer las pruebas clínicas y manufacturar, se han beneficiado aún más con la determinación de varios países de aplicar una tercera dosis de refuerzo.

De acuerdo con *The Wall Street Journal*, Pfizer-BioNTech vendió las primeras dosis de la vacuna contra covid a 19.50 dólares a Estados Unidos y luego subió el precio para las 200 millones de dosis que compró proactivamente el gobierno de **Joe Biden** para tener reservas antes de que se formalizara que se requiere el refuerzo. A la Unión Europea, Pfizer-BioNTech le vendió las primeras dosis en 18 dólares y ahora han subido a 23.

*El Financial Times* reportó que Moderna vendió las primeras 100 millones de dosis a la Unión Americana en 15 dólares

y las otras 400 millones en 16.50 y a Europa primero en

**BioNTech sextuplicó su valor y ahora tiene una valuación de más de 85 mil mdd.**

22.6 y luego en 25.5 dólares.

Los incentivos monetarios de BioNTech-Pfizer y Moderna están alineados con la aversión al riesgo de los líderes políticos de los países prósperos que, en un exceso de caución, están apostando por las dosis de refuerzo. No me extrañaría que surja información del cabildeo político que habrán hecho Pfizer-BioNTech y Moderna para influir en la determinación de aplicar las vacunas de refuerzo. La brecha entre los estudios científicos y el incentivo monetario quedó de manifiesto en julio cuando la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) y el Centro para la Prevención de Enfermedades (CDC, por sus siglas en el inglés) contradijeron a Pfizer cuando dijo que se requerirá una tercera dosis 6 o 12 meses después de la segunda. La comunicación ha sido muy confusa dado que, si es cierto que se requiere una tercera dosis de las vacunas ARN mensajero, también se debería establecer qué pasa con las otras vacunas, J&J y AstraZeneca, en Europa, ante la variante Delta.

Los incentivos de estas tres compañías, Pfizer-BioNTech y Moderna, parecen obedecer a las proyecciones financieras más que a los datos científicos y no están en sincronía con los contribuyentes estadounidenses.

En cuanto al resto del mundo, los intereses de estas farmacéuticas están encontrados con los países menos prósperos y con la solución de fondo de la propia pandemia, por ello no es sorpresa que la Organización Mundial de la Salud se muestre contraria a las terceras dosis de refuerzo, pues eso retrasará aún más el abasto de vacunas a los países menos prósperos, lo que, además, genera más posibilidades de que surjan nuevas variantes más agresivas.

Otro aspecto negativo de las terceras dosis, además de los antes citados, es que dará armas al movimiento antivacuna al generar la impresión de que se trata sólo de un gran negocio.

Creo que hay mucho mérito en Pfizer-BioNTech y Moderna, ya que sus ingresos y el crecimiento del precio de su acción son muy pequeños en comparación con las pérdidas de vidas y el impacto económico, el cual sería aún más agudo de no tener sus vacunas, pero es conveniente que el hambre por complacer a Wall Street no interfiera con la ciencia ni con la solución de fondo de la pandemia.



Los datos de pobreza en México no fueron buenos. Este gobierno sostiene que hay que ayudar a los que menos tienen. En los hechos no lo ha logrado. Mi reflexión de hoy es que la solución al problema es mucho más compleja de lo que nos han dicho.

El punto de partida de mi argumento es que la pobreza en México ha sido bastante persistente. Tiene un cierto ciclo en el que baja y luego sube, pero no ha cambiado de manera estructural.

Sobre esta persistencia hay que entender que también aplica para los niveles de pobreza. En el caso de la pobreza extrema se puede afirmar que existe en México y está acotada en cuanto a porcentaje limitado de la población. Así se ha mantenido durante mucho tiempo.

Al menos durante los últimos 25 años, el gobierno de México ha mantenido una serie de programas sociales para combatir a la pobreza. Les han cambiado de nombre y de reglas de operación. Esta administración hizo lo mismo.



El elemento del programa que no ha cambiado es que hay transferencias de dinero para apoyarlos en su consumo. Esa mejora en consumo no ha hecho que la pobreza disminuya de manera importante. La explicación es que, quitando la transferencia, siguen casi igual.

La conclusión es que resolver el problema de la pobreza no es uno de dinero. Es más complejo. Hemos fallado como país debido a que nos hemos concentrado en complementar el ingreso de los pobres, pero no en crear las condiciones para que tengan un mayor ingreso.

A continuación, se exponen algunas de las condiciones que pueden hacer que la gente

tenga una mayor expectativa de ingreso en el futuro.

La primera es mejorar la educación. Una educación de calidad puede permitirle a la gente desarrollar las capacidades para aspirar a tener un mejor trabajo.

La segunda es tener mejores oportunidades de trabajo. Los datos indican que los salarios en el sector formal son mayores que en el sector informal.

Por lo tanto, mejores oportunidades de empleo requieren de generar las condiciones para tener más empresas formales en México.

La tercera es una mejor aplicación de la ley. Es la otra cara de la moneda del punto anterior. Un mejor Estado de derecho puede llevar a reducir el tamaño de la economía informal.

La cuarta es crecimiento económico. Este proceso genera condiciones para que los negocios crezcan y para la creación de negocios, que a su vez necesitan de trabajadores.

La quinta es una política social que busque dar un "empujón" a las personas para salir de la pobreza, pero dado que tienen mejores capacidades y hay más oportunidades.

Un entorno como el actual en el que se dio reversa a la reforma educativa, no hay combate a la informalidad y no hay certidumbre a la inversión privada, no es propicio para reducir la pobreza.

El problema de diseño de política pública que hemos tenido en las últimas cinco administraciones es que se han concentrado en el último punto concentrándose en transferencias que permiten consumir lo necesario. No han tomado el problema como uno multifactorial y que la política social es el complemento.

En conclusión, el combate a la pobreza no es sencillo. La evidencia muestra que la receta de sólo repartir dinero no soluciona el problema.

**En el caso de la pobreza extrema se puede afirmar que existe en México y está acotada en cuanto a porcentaje limitado de la población.**



Conoce los datos de pobreza del Coneval al seguir este QR.



La pandemia, que parece llegó para quedarse y darnos sustos, logró desequilibrar al mundo. No hay país, comunidad, empresa o familia que no haya tenido consecuencias derivadas del virus y las secuelas en niños, adultos y en los mayores se siguen dando. Ahora toca a los menores de 50 años y no hay un estudio fidedigno sobre sus alcances. Hay una parte minoritaria, pero muy activa, que no cree en esta enfermedad, ni en los cuidados y vacunas necesarias y su beneficio. No vamos nada bien, por ahora.

En el caso de las empresas familiares el asunto se ha complicado, ya que se percibe un cansancio e irritación generalizados ante los embates de la crisis. Bajas ventas, necesidad de reducir actividades, personal, falta de liquidez cada vez mayor y, en la cabeza del fundador(es) una mezcla de amargura, bloqueo en la toma de decisiones críticas y muy vagas expectativas a cualquier plazo. Y a eso hay que agregar el ciclo de vida familiar en su conjunto. Hay cansancio, no hay socios familiares que sean capaces y estén motivados para ser sucesores, o los potenciales son muy pequeños todavía o no hay esa chispa que logró que el fundador con su esfuerzo, toma de riesgos y un entorno receptivo lograra su éxito.



Hay un ambiente generalizado de apatía, desinterés y miedo que, aunado a la polarización e inseguridad, no auguran nada bueno. Ya se volvió un problema de salud mental que hay que resolver prioritariamente.

El fundador familiar está ante una disyuntiva: No se puede retirar sin sucesor(es), no quiere seguir por estar cansado, incluso débil o enfermo ante la situación general y viendo

que su sueño de emprendimiento y su patrimonio son atacados por todos lados. ¿Qué debe hacer ante este huracán?

En primer lugar atacar de forma prioritaria sus temores y sus problemas más urgentes: salud física y mental, análisis completo de su situación personal, la de su empresa y patrimonio sin llegar a catastrofismo y poner en acción, de acuerdo con su importancia, planes prácticos, racionales y llevarlos a cabo. No hay de otra.

Hay un ambiente generalizado de apatía, desinterés y miedo que, aunado a la polarización e inseguridad, no auguran nada bueno.



Más trabajos del columnista en su sitio de LinkedIn



En cuanto a la posible sucesión, deben fijarse plazos, realizar si habrá personal capacitado para suplirlo en forma parcial o completa en las operaciones y, definitivamente, asegurar que haya "materia prima" en la familia para seguir su huella a diferentes plazos. No tiene por qué hacerlo solo, sino con la ayuda de asesores y su propio consejo, tanto de administración como dentro de la familia dueña. No se debe quedar paralizado, ya que el mundo sigue y puede haber peligros u oportunidades que no se resuelvan a tiempo.

Hay otras opciones, como ejecutivos no familiares ya probados y que, bien compensados, pueden actuar por plazos determinados, asociaciones con otras empresas complementarias y, como último recurso, aunque la época no es nada propicia, vender el negocio en forma aceptable. Cerrarlo también se puede, pero no es justo para nadie!

Calma y ánimo.





## MÉXICO SA

*La Laguna: arsénico en mantos acuíferos //*

*Tricio (y sus vacas): ¿acto de contricción? //*

*Lala cerró la llave del agua a la población*

**CARLOS FERNÁNDEZ-VEGA**

**E**L PRESIDENTE LÓPEZ Obrador recordó ayer que en la elección presidencial de 2000 los “grandes” empresarios apoyaron a Fox (entre ellos Eduardo Tricio Haro, cabeza visible del Grupo Lala), y una vez en Los Pinos el mariguanero nombró director de la Comisión Nacional del Agua (Conagua) a quien era gerente... del Grupo Lala, corporativo que arrasó con los mantos acuíferos de La Laguna para dar de comer y beber a sus vacas, y producir millones de litros de leche, mientras la población regional prácticamente se quedó “seca”.

**EL MANDATARIO RECONOCIÓ** que por sobre explotación “hay una situación crítica de contaminación por arsénico de los mantos acuíferos en La Laguna. Durante todo el periodo neoliberal se dedicaron a dar concesiones para extraer agua en el norte del país, en donde más escasea el agua, la zona más desértica. ¿Saben para qué?, para producir alfalfa, que consume muchísima agua, que la leche en una proporción casi total es agua, entonces producir leche con alfalfa significa consumir muchísima agua”.

**A PESAR DEL** saqueo permanente, de que la prioridad siempre fueron las vacas y no la población, Andrés Manuel aseguró que ahora “los de Lala están ayudando y quieren que la gente (de La Laguna) tenga agua saludable”. Tal vez se trate de una suerte de acto de contricción del empresario, pero es muy difícil de creer, por aquello de la fábula del sapo y el alacrán.

**PERO BUENO, SI** de recordar se trata, años atrás México SA (Tricio y sus vacas, 14 de agosto de 2006, de la que se toman los siguientes pasajes) documentó el citado saqueo y comentó que “el Grupo Lala tiene suerte porque, entre otras gracias divinas, las autoridades federales le permiten secar los mantos acuíferos de la zona Lagunera y de otras áreas de la República; acapara 40 por ciento del mercado nacional de leche, es el primer consorcio lechero del país y principal abastecedor –por adjudicación directa, sin la monserga de las licitaciones– de Liconsa, la institución encargada del abasto popular del lácteo”.

**ESTE CORPORATIVO, ENCABEZADO** por

Eduardo Tricio Haro, es uno de los que más permisos de explotación de mantos acuíferos tiene en su cartera, autorizaciones que palomea la Conagua,

presidida por Cristóbal Jaime Jáquez, quien por una casualidad de la vida hasta el 30 de noviembre de 2000 –víspera de la llegada del “cambio”– fue director general del Grupo Industrial Lala. Ello, no obstante que el empresario y su familia apostaron, en 2000, a la candidatura de Labastida Ochoa.

**GANÓ EL “CAMBIO”** y con la llegada de Jáquez (también ex empleado de Coca-Cola) Lala aumentó geoméricamente los permisos para obtener agua, sobre todo en las zonas áridas de la República. Información de Conagua revela que Tricio Haro –con más de 200 mil vacas– está autorizado a succionar alrededor de 2.5 millones de metros cúbicos de agua, con los consabidos efectos ambientales.

**DE ACUERDO CON** el Instituto de Ecología de la UNAM, Conagua autorizó la explotación de 250 pozos de la reserva protegida Cuatro Ciénegas y valles cercanos; 50 de ellos comenzaron a funcionar en marzo (de 2006); en tres meses abatieron el agua de las pozas en un fenómeno conocido como sifón. “Los pozos que se comenzaron a explotar fueron para Lala, la cual, para producir un litro de leche utiliza mil litros de agua durante el invierno y 10 mil en verano”.

**SÓLO A LICONSA,** Lala le vende algo así como 70 millones de litros de leche, de tal suerte que es cuestión de echar números sobre lo que de agua consumen Tricio Haro y sus vacas. Tal vez por esa suerte de tener amigos y ex empleados en el “cambio”, el empresario se ha convertido en uno de los magnates de la región lagunera y, como es clásico en ellos, lo mismo pertenece al consejo consultivo de Nafin en Coahuila o al de Telmex, preside organizaciones altruistas, patronatos como el del Teatro Nazas, dirige la Unión de Crédito Industrial y Agropecuario de la Laguna, o firma desplegados a favor de Fox (sin olvidar Banamex y Aeroméxico, entre otros).

**ESO FUE EN 2006.** Entonces, ¿Tricio y sus vacas se redimieron? Dudoso.

**Las rebanadas del pastel**

**PARA JOE BIDEN**, con los atentos saludos de Vladimir Putin: “es necesario detener la política irresponsable de imponer valores ajenos desde el exterior, las ambiciones de construir democracia en otros países según moldes ajenos sin considerar las peculiaridades históricas, nacionales, religiosas e ignorando completamente las tradiciones de estos pueblos”.

*cfvmexico\_sa@hotmail.com*



▲ Eduardo Tricio Haro, presidente del Grupo Lala (en primer plano), durante el encuentro “Agua saludable para La Laguna”, encabezado

por el presidente Andrés Manuel López Obrador el domingo pasado en Ciudad Lerdo, Durango.  
Foto Presidencia



# Cayó sector automotriz 39.8% desde 2018

## RIESGOS Y RENDIMIENTOS

Julio Brito A.  
Twitter: @abritoj



La industria automotriz en México enfrenta varios desafíos, entre ellos, la falta de confianza del consumidor y las preocupaciones generadas por la pandemia, lo cual está relacionado con la información reportada por el INEGI que apunta que de diciembre de 2018 a mayo de 2021 la venta de autos ligeros en México cayó 39.8%, de acuerdo con el "Registro Administrativo de la Industria Automotriz de Vehículos Ligeros.

Ricardo Barraeta, director general de GfK México señala que las armadoras han tenido que lidiar con diferentes amenazas para la producción de vehículos como es el desabasto de semiconductores, el encarecimiento del precio del acero, así como la creciente presión por parte de Estados Unidos para renovar contratos colectivos entre sindicatos y empresas del sector. Por si lo anterior no fuese suficiente, la revisión de presupuestos está a la orden del día, así como la exigencia de lograr

resultados en el corto plazo afectando la compra individual y corporativa de automóviles.

Es importante resaltar la relevancia de la industria automotriz, ya que en México radica en que representa 3.8% del PIB nacional y 20.5% del PIB manufacturero, más que ningún otro sector, y del ramo dependen 980 mil trabajadores directos y 3.6 millones de indirectos, con base en datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, que dirige José Zozaya.

**GESTIÓN.** El gobernador de Querétaro, **Francisco Domínguez Servién** al presentar su 6o Informe de Gobierno afirmó que dejará un Querétaro con finanzas sanas y también un estado en el que se vive con tranquilidad y crecimiento. El mandatario resaltó durante su 6o Informe que Querétaro es una de las dos únicas entidades del país con "deuda cero" bancaria. No dejaremos cuentas sin pagar. Detalló que después de 57 años se construyó un nuevo Hospital General; con 33 especialidades.

**CELEBRACIÓN.** **Norma Becerra Poceroba**, Presidenta de la Asociación Mexicana de Agentes Navieros, en un mensaje al sector, con motivo del 34 aniversario de la fundación del organismo empresarial reafirmó su compromiso con un alto perfil de liderazgo, a favor del comercio exterior. Durante la pandemia los barcos continuaron llegando a México, lo que se tradujo en un aumento del 9.6% de la carga marítima a

nivel general durante 2020, respecto al año pasado.

En México se estima que arriban entre 16 y 18 líneas navieras; únicamente de contenedores; sin embargo, son significativamente más de 100 líneas, las que mueven minerales, gránulos agrícolas, materias primas y productos terminados, entre otras cargas. "Más del 80% del comercio internacional a nivel mundial se mueve por mar, por ello preveemos que el número de escalas en puertos mexicanos continuará mejorando su perspectiva en 2021", dijo.

**RECONOCIMIENTO.** Mazda de México, que dirige **Miguel Barbeyto** organizó una campaña llamada #HéroesMazdaMéxico, que tiene como objetivo reconocer las acciones de personas, que cuando vieron a desconocidos enfrentar situaciones complejas, no dudaron en ayudarlos con sus propios recursos. "Sabemos que hay muchos héroes allá afuera, que actúan desinteresadamente y tienen como motor principal el bien común. Me llena de emoción conocer estas historias y poder reconocer a la gente que nos ha ayudado a no dejar de creer en nosotros mismos". A través de redes sociales, Mazada recibió más de 200 nominaciones de personas comunes haciendo lo extraordinario. Nuestro jurado seleccionó 10 finalistas y las tres historias que reciban más votos obtendrán un Mazda3 Sedán iSport 2021. El público podrá votar por su favorito en la página de Mazda a partir del 23 de agosto y hasta el 29 de agosto •

