



Ayudamos a prevenir y diagnosticar el cáncer

Nueva era, nuevos proyectos

El Centro de Ayuda a Enfermos de Cáncer, en su gestión 2019-2025, encabeza proyectos creativos para dar cumplimiento a su misión: "Reducir la incidencia y mortalidad por cáncer en la población más vulnerable de México y mejorar su calidad de vida".

Nuestro proyecto conjuga la salud y las artes, para que de una manera más creativa, inclusiva y eficaz lleguemos a todos los niños del país con información que les permita prevenir y detectar una enfermedad.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Llevaremos la puesta en escena titulada ¿Por qué tengo cuernos en mi cabeza? Esta es una obra reflexiva sobre la vida de un niño que de un día para otro se enfrenta a una situación complicada y aprende que en la vida hay que estar alertas y que siempre encontraremos aliados para salir adelante.

Visitaremos las escuelas del país y haremos funciones en explanadas públicas para lograr:

- Sensibilizar a los niños en los temas de cáncer, diabetes, desnutrición, obesidad.
- Concientizar sobre la importancia del autocuidado y la detección oportuna.
- Aprender de manera significativa la importancia de tener un estilo de vida saludable y conocer sobre los signos y síntomas de alarma.

Fuente:
CENAEC

¿Quieres ayudarnos?

Como persona física o moral (empresas) puedes aportar recursos al proyecto de inversión de esta producción teatral, que también contará con la edición y publicación de cuentos cortos.

A través de EFIARTES, puedes ayudarnos a ver la luz de este proyecto y a su vez disminuir el monto del pago de tu impuesto sobre la renta causado en el ejercicio, acreditando el pago del ISR.

Envíanos un correo a presidencia@hazloposible.org.mx y haznos saber tu interés en participar con nosotros por este estímulo fiscal.

Ayudamos a prevenir y
diagnosticar el cáncer.

SALVAMOS VIDAS

PRESIDENCIA 2019-2025



Una nueva era, vamos con todo.



¡ÚNETE! Juntos lo
hacemos posible.

Datos de contacto:
presidencia@hazloposible.org.mx
800 890 77 07

www.hazloposible.org.mx



Manual de Prevención de Cáncer, por un enfoque integral

El cáncer sigue siendo la segunda causa principal de muerte, detrás de las enfermedades cardíacas. Sin embargo, las muertes por enfermedades cardiovasculares están disminuyendo mientras que las muertes por cáncer están aumentando. Se estima que el cáncer será la principal causa de muerte en los países desarrollados.

El cáncer ocasiona cada año 10 millones de defunciones (1) mientras que con el COVID-19 se contabilizaron 2.8 millones de muertes en el mundo hasta marzo de 2021. A diferencia de otras enfermedades como el coronavirus, el cáncer no es una enfermedad de causa única, más bien es el resultado final de una interacción de múltiples factores, entre los que se incluyen el ambiente, los hábitos dietéticos, la herencia genética, etc.

Ante esta problemática social que afecta a hombres, mujeres y niños, se realizó el Manual de Prevención de Cáncer desde un enfoque multifacético que abarca nutrición, alimentación,



actividad física, comportamiento social, fuentes de trabajo y factores de riesgo modificables y no modificables.

Leer, conocer y aprender acerca de los síntomas, diagnósticos y formas de prevenir los cánceres más frecuentes te permite tomar las medidas apropiadas para prevenir o detectarlo oportunamente.

El cáncer que se diagnostica de forma temprana tiene mayores oportunidades de éxito en el tratamiento, y a su vez es menos costoso física, emocional y económicamente. La probabilidad de vida aumenta.

El CENAEC, Centro de Ayuda a Enfermos de Cáncer, desde sus inicios en 2002 está ocupándose de ello, es por eso que elaboró el Manual de Prevención de Cáncer, el cual puedes solicitar a través de nuestra página web www.hazloposible.org.mx en el apartado de formulario.

Fuente:
CENAEC



Referencias

1) Ferlay J, Ervik M, Lam F, Colombet M, Mery L, Piñeros M, et al. Global Cancer Observatory: Cancer Today. Lyon: Centro Internacional de Investigaciones sobre el Cáncer; 2020 (<https://gco.iarc.fr/today>), consultado en febrero de 2021.

Plan de Salud y MIPyD CENAEC

Presidenta Cindy G. Castellanos (2019-2025)

El Modelo Integral de Prevención y Diagnóstico de cáncer (MIPyD) tiene como objetivo promover acciones afirmativas en la prevención y control de esta enfermedad, y va dirigido al voluntariado del CENAEC, a instituciones del Sistema Nacional de Salud, personal de salud, instituciones académicas, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y sociedad en general.

Buscamos que con este programa se ratifique el compromiso del país en la lucha contra el cáncer, brindar un millón de estudios de diagnóstico oportuno a la población vulnerable que nunca se ha realizado un chequeo médico, y capacitar, coordinar y ejecutar el modelo del programa en 2019-2025.

En cuanto a los estudios que realizamos están los ultrasonidos, colposcopia, citología exfoliativa de cérvix, frotis en sangre y BHC – QS6. Gracias a la suma de esfuerzos del INCAN y de las instituciones de salud, también podemos llevar mastografías y la prueba híbrida de VPH. Los estudios de diagnóstico se podrán descargar con su número de folio 30 días posteriores a la fecha de la toma del estudio D.O.C en la página www.hazloposible.org.mx/resultadosdoc.

De una población de 126 millones 14 mil 24 personas en 2020, 20 millones no cuentan con servicios de salud, y las estadísticas de aquellos que sí tienen esta posibilidad se encuentran de la siguiente manera:

Seguro Popular	35.5%
IMSS	51%
ISSSTE	8.8%
Privada	2.8%
PEMEX / SDN / SM	1.3%
Otra institución	1.2%
IMSS Bienestar	1%



Nuestra población objetiva son mujeres y niños (de 6 a 11 años), con síntomas o sin síntomas, que no se han realizado un chequeo médico, que tienen factores de riesgo y con indicación médica de estudios de D.O.C. También es importante mencionar que la Secretaría de Salud y el gobierno federal comparten nuestro compromiso por la salud de las mujeres y la infancia mexicana.

Pasando a la logística, contamos con 32 voluntariados y 300 áreas de vinculación que constan de capacitación de población objetivo, sensibilidad y concientización, registro y llenado de solicitudes de D.O.C y bases de datos (nombre, dirección, teléfono, INE, email, Facebook). Para finalizar, el CENAEC siempre realiza una estadística que pone a disposición de las autoridades sanitarias y de cualquier entidad pública que la necesite para la toma de decisiones. La salud es responsabilidad y compromiso de todos.

Fuente:
CENAEC

Nuestra historia

Estar en una posición de ayudar implica una responsabilidad con los demás... es un privilegio.

Cindy García Castellanos

El Centro de Ayuda a Enfermos con Cáncer A.C. es una organización para la prevención, diagnóstico y tratamiento del cáncer. Nuestros beneficiarios son las personas en situación vulnerable que necesitan de nosotros por no contar con los medios para cuidar su salud.

¿Por qué nace el CENAEC?

Este centro nace por iniciativa de nuestra fundadora, la Sra. Isabel de la Cruz, con un único propósito y una sola intención: "Formalizar y sumar esfuerzos para abrigar la esperanza de un país libre de cáncer". Desde el año 2002, comenzamos con este trabajo ininterrumpido y actualmente tenemos presencia en las principales ciudades a través de nuestros voluntarios a lo largo de todo el país.

Somos una organización que trabaja activamente a nivel nacional para mejorar la calidad de vida y un centro de ayuda donde lo principal es la prevención para impulsar el bienestar.

El cáncer

Es una palabra que nos atemoriza y rechazamos por miedo a padecerlo o para negar su existencia. El cáncer es una realidad. Se estima que 1% de la población total padece cáncer y no lo sabe. Es una enfermedad que a nivel mundial va en aumento, siendo considerada la principal causa de muerte; en México es la tercera.



1) Fuente: Centro Internacional de Investigaciones sobre el Cáncer (IARC)

Los más frecuentes son el de mama, de próstata, cervicouterino, colon, rectal y de pulmón en la población de ambos sexos. La Sociedad Mexicana de Oncología considera que, además, las elevadas cifras de muertes por cáncer se deben a los diagnósticos tardíos. El 60% de los casos de cáncer en México es detectado en etapas avanzadas (1).

1 de cada 3 personas padecerá cáncer

La Organización Mundial de la Salud (OMS) asegura que la cifra de nuevos casos, que cada año suman más de 14 millones, se incrementará 70% en los próximos 20 años.

Por ello, nuestras acciones son necesarias pues coadyuvan a las medidas implementadas por el gobierno, además de ser gratuitas para quien realmente las necesita. Esta enfermedad es muy difícil por naturaleza, debido al desgaste físico, emocional, familiar y económico, aunado a que se convierte en un conjunto de padecimientos que afectan a todo el cuerpo.

Hemos de mencionar que estábamos completamente decepcionados de las asociaciones civiles, recibimos un mundo de no se puede... no entra en nuestro programa, y en fin... un NO en cada petición, hasta que CENAEC nos tendió la mano, y más aún, estamos seguros que nos abrieron las puertas de su corazón.

Familia UC

Estamos presentes a lo largo y ancho de la República acercando a los más necesitados a través de albergues, comedores, dispensarios, y llevamos jornadas médicas integrales con unidades móviles. Entre nuestros logros se encuentran:

- 25 campañas de donación de cabello al año, elaborando 420 pelucas oncológicas.
- 325 jornadas médicas gratuitas al año, llevando 10 tipos de estudios diferentes y cubriendo un mínimo de 30 estudios por jornada y tipo.
- Atendemos hasta 100 casos nuevos por año, ayudando con el tratamiento indicado por la Institución de Salud.



Fuente: CENAEC



Velando por la salud de los mexicanos

Por un mejor control respiratorio

La vigilancia epidemiológica de COVID-19 ha cambiado de modelo a partir de la instrumentación de definición operacional, ahora esta es centinela en las 475 unidades activas para SISVEFLU (la cual modifico su nombre a Sistema de Vigilancia Epidemiológica de Enfermedad Respiratoria Viral, SISVER) y en donde no sólo se vigila el COVID-19, sino también influenza y otros virus respiratorios.

Esta mantiene en observaciones epidemiológicas por laboratorio bajo una proporción de muestreo del 10% para los casos ambulatorios (enfermedad respiratoria viral) y 100% para los casos graves hospitalizados (IRAG), cada unidad médica debe entregar a LESP/LAVE la cédula de enfermedad respiratoria viral.

Las instituciones que cuentan con más recursos, son útiles para muestrear mayor porcentaje de pacientes ambulatorios.

El registro de los resultados emitidos por la Red Nacional de Laboratorios de Salud Pública, es de acuerdo a lo que se ha establecido a través de la coordinación de dichos laboratorios, en la plataforma de SISVER del SINAVE, misma que lleva laborando a partir del 5 de abril del presente año.

En las unidades de segundo y tercer nivel, se mantienen la vigilancia epidemiológica por laboratorio siguiendo un esquema de muestreo del 100% a los casos graves con

sospecha de COVID-19, bajo la definición de IRAG, los cuales notifican en la plataforma SISVER; esto con la finalidad de identificar a todos los casos graves que se presentan en el país.

Todas las unidades que conforman el Sistema Nacional de Salud deben de realizar las notificaciones al Sistema de Notificación Convencional (SUIVE) del 100% de los casos que cumplan con definición operacional de caso sospechoso de COVID-19 (ambulatorios y graves) y únicamente llenar el estudio epidemiológico de caso para pacientes graves.

Todas las defunciones sospechosas de COVID-19 se ingresan a la plataforma SISVER del SINAVE.

La Dirección General de Epidemiología a través del Comité Nacional para la Vigilancia Epidemiológica (CONAVE), se encuentra trabajando en la actualización del Lineamiento Estandarizado para la Vigilancia Epidemiológica y por Laboratorio de COVID-19 para la difusión y aplicación en todas las instituciones del sector salud.

Fuente:
www.sinave.gob.mx

Chiesi Global, farmacéutica internacional



Entrevista con Marco Ruggiero,
Director General de Chiesi México.



¿Cómo se conforma Chiesi Global?

Grupo Chiesi es una farmacéutica internacional de origen italiano, tiene presencia en casi 90 países, el año pasado concretaron sus ventas en alrededor de 2.2 mil millones de euros y emplea a más de 6,000 personas a nivel mundial. En México llevan operando 9 años. El año pasado obtuvieron ventas por 430 millones de pesos, cuentan con 90 colaboradores en nuestro país y es en su filial de México donde también han obtenido certificaciones importantes como Great Place to Work, Súper Empresas - TOP Companies y una certificación a nivel global llamada B Corp (Benefit Corporation), siendo esta última un proyecto privado de gran magnitud.

¿Cuál es la filosofía actual después de ser la primera farmacéutica que recibe la certificación B Corp?

B Corp nace de un concepto muy sencillo. Toda empresa, al momento de iniciar sus operaciones, genera un impacto, es decir: su logística, resultados, transporte, etc, impactan en el ambiente, en la sociedad en la cual se establece y opera. Este impacto no siempre es positivo, más bien, la mayoría de las veces suele ser negativo. Toda empresa demanda del ambiente y de la sociedad en la cual trabaja, muchas cosas pero dejando contaminación, basura, discriminación, etc. Es por esto que dentro de esta lógica Chiesi ha volteado a revisar su modelo de negocio, la manera en la cual hace negocio, para que el impacto no solo no sea negativo, sino que se convierta en un impacto positivo. Con base en dicha lógica han decidido cambiar algunos aspectos de su modelo de negocio y tomado algunas medidas que los han llevado a ser la primera farmacéutica más grande a nivel global en haber obtenido la certificación como B Corp (Benefit Corporation), el cual promete ser un proyecto a largo plazo con lo cual buscan cumplir su misión de tener un impacto favorable en el ambiente y la sociedad.

¿Cuál es el desafío más grande para Chiesi en los próximos 10 años?

El obtener y mantener una certificación de esta magnitud no es algo sencillo. Marco Ruggiero, Director General de Chiesi México comentó: No estamos en condición de transformar solos el mundo, pero estamos en la posición de incluir a muchas otras empresas y personas, empezando por nuestros proveedores y clientes para que sean parte de este proyecto y lo hacemos de manera formal, de forma estructural. Esto ha llevado a clientes y proveedores a colaborar con Chiesi



mediante la firma de un código de interdependencia que asegura que toda persona o entidad que esté vinculada con una entidad del Grupo Chiesi, trabaje de forma positiva tanto con sus propios colaboradores como a mejorar su impacto hacia el medio ambiente. De esta manera Chiesi busca impulsar la platea de personas que pueda casarse y sumarse a este proyecto ampliando mucho esta forma de laborar y de actuar. Chiesi busca que todos sus clientes, proveedores y los clientes de los clientes y los proveedores de los proveedores, se vayan sumando para crear así una cantidad gigante de personas que pueden unirse a esta iniciativa, es así como Marco Ruggiero cree que esto va a ser el reto más relevante, más fuerte y que va a generar un resultado con un tamaño sensible y relevante.

¿Cuáles son los proyectos que tiene Chiesi a futuro?

El proyecto más relevante es lograr la transformación en una empresa carbono neutral en el 2035, esto no solo implica el cómo es que otras empresas realizan una actividad que sea carbón positivo o carbon friendly, Chiesi habla de carbón neutral que significa nada de emisión de carbono (0%). Es un gran esfuerzo, desde la manufactura hasta la comercialización, todas las actividades que realizan, incluyendo en esto el cómo se mueven sus colaboradores de su casa a la oficina. Para el año 2035 Chiesi busca haber consolidado un impacto cero, acción que por supuesto pretende posicionar a Chiesi como líder en el mercado respiratorio, tanto para adultos, recién nacidos y niños, así como en el área de cuidados críticos que abarca líneas como la cardiovascular y trasplante. Chiesi ha estado trabajando también

en la investigación y el desarrollo de moléculas para una línea llamada enfermedades raras, diseñando terapias para enfermedades fuera de lo común, pues según su Director General en México, Marco Ruggiero, estos pacientes tienen el mismo derecho que los demás a vivir una vida plena, hasta donde su condición se los permita.

Por último ¿algo más que quiera compartirnos?

Me gustaría que la mayoría de los cambios que se han hecho en el sistema de salud mexicano, que como sabemos en los últimos dos años han sido muchos en un periodo muy breve, pudieran generar un impacto positivo, primero en la disponibilidad de los medicamentos en el mercado para tratar al paciente, segundo que puedan garantizar que los mexicanos siempre puedan contar con los medicamentos más innovadores, los más recientes y los más eficaces para tratar las enfermedades que puedan cambiar la vida de muchos ciudadanos de México. Marco Ruggiero, Director General de Chiesi México.

Chiesi continuará invirtiendo en investigación, desarrollo y también en la consolidación de la posibilidad de que sus productos se incluyan en el mercado público para poder ayudar a la mejoría de la calidad de vida de los pacientes, al mismo tiempo que contribuyen en un ahorro para el sistema de salud mexicano en la disminución de días de hospitalización. Esto se hará realidad si se abre la puerta a productos innovadores, también de alto costo, que realmente puedan mejorar la calidad de vida de los pacientes mexicanos y optimizar la reserva de recursos en el sector salud.

Chiesi Global, dedicada a la investigación y desarrollo



Entrevista con Héctor Amezcua Álvarez,
director de la Unidad de Negocios de
Cuidados Primarios de Chiesi México.



Háblanos un poco de Chiesi, ¿Cuáles son los productos que ofrecen actualmente?

Chiesi es una farmacéutica italiana que desde el año 1935 se ha especializado en la investigación y desarrollo de diversas moléculas; en los últimos 50 años se han enfocado en el desarrollo de productos para tratar padecimientos respiratorios de índole crónica como el asma, la EPOC y fibrosis quística, entre otras. Padecimientos que definitivamente tienen una carga importante a nivel social y económica no solo en México sino a nivel internacional.

Son tiempos de cambio y de retos importantes para la industria farmacéutica en general, platícanos un poco sobre los retos actuales de Chiesi México en la franquicia de cuidados primarios.

Hoy en día uno de los retos más importantes es ampliar la accesibilidad de nuestras terapias dentro del mercado mexicano. Chiesi México se fundó en el año 2012 y desde el año 2014 se introdujo a nuestro país el portafolio de opciones de cuidados primarios “línea respiratoria” con productos inhalados para el asma y la EPOC.

Durante este tiempo nuestro enfoque de negocio ha apuntado únicamente hacia el mercado privado y es ahora donde nuestra prerrogativa nos lleva a ampliar nuestro alcance rumbo a la incursión en el mercado público.

Nuestra organización se encuentra en un momento crucial en términos de crecimiento no solo a nivel del mercado privado sino también de mercado público, mismo en el que hemos incursionado de forma muy reciente a partir del 2020. El mercado público en nuestro país es uno de los mercados más importantes debido a la alta prevalencia de padecimientos respiratorios crónicos en nuestra población, razón por la cual Chiesi se ha planteado como principal objetivo el garantizar a los pacientes la accesibilidad hacia los mejores tratamientos disponibles para el asma y la EPOC.

En términos de crecimiento, ¿Cómo ha evolucionado la franquicia respiratoria de Chiesi en México?

Para nosotros ha sido una aventura muy interesante, desde el año 2014 que lanzamos los primeros productos hemos evolucionado de una manera muy positiva en el mercado privado acompañado de una muy buena aceptación por parte de los profesionales de la salud.

En términos de crecimiento, te puedo hablar de dobles dígitos casi todos los años y aún más acelerado en los últimos dos o tres, en los que hemos alcanzado tasas por arriba del 30% específicamente en nuestros productos promocionados.

Este crecimiento se ha dado mayormente gracias a uno de nuestros más recientes lanzamientos, nuestra terapia triple fija para el tratamiento de la EPOC. Este tratamiento nos convirtió en la primera compañía a nivel internacional en lanzar un producto de esta naturaleza y México se convirtió en el primer país fuera de Europa y en toda América en el que Chiesi lanzó este innovador producto.

Nuestra terapia triple fija para la EPOC ha tenido una gran aceptación entre los médicos mexicanos por ser una terapia innovadora, de gran calidad reconocida y avalada por las principales agencias de medicamentos en el mundo incluyendo COFEPRIS, y sobre todo por ayudar a mejorar la calidad de vida de los pacientes que padecen esta enfermedad respiratoria crónica.

¿Cómo Chiesi se ha posicionado como uno de los líderes mundiales en este mercado?

Chiesi siempre ha estado muy enfocada en el mercado respiratorio, la visión de la compañía ha sido la de centrarse en este segmento terapéutico y la de invertir una cantidad de recursos importante en la investigación y desarrollo de nuestros productos, lo cual ha sido el principal impulsor del crecimiento de la empresa. Sin duda el futuro es prometedor porque con base en esto la compañía sigue invirtiendo fuertemente en esta área terapéutica; actualmente se encuentran en desarrollo una serie de productos muy interesantes que vienen en los próximos años y por supuesto con la firme mentalidad de seguir siendo una compañía dirigida y enfocada en desarrollar innovación terapéutica en el mercado respiratorio.

Es importante mencionar que Chiesi busca convertirse en una compañía con cero emisiones de carbono para 2035, es decir carbono neutral. Este es uno de los principales pilares estratégicos a nivel global e involucra que toda actividad vaya orientada al desarrollo de nuevas y mejores plataformas para nuestros productos inhalados.

En orden de alcanzar este objetivo, Chiesi también es la primera farmacéutica a nivel global en haber sido galardonada con la certificación "B Corp" (Benefit Corporation). Ser una B-Corp es ser una empresa que equilibra las ganancias y el propósito, cumpliendo con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal. El movimiento B Corp incluye más de 2.700 empresas en 64 países, cuyo objetivo común es utilizar los negocios como una fuerza para el bien.

Por último ¿algo más que nos quieras comentar?

En los últimos años nos hemos enfocado en que México conozca de Chiesi; el tiempo que llevamos en el país es corto, aunque para todos los que hemos sido partícipes de este viaje parecieran muchos años, la realidad es que aún somos una farmacéutica que apenas va a cumplir sus primeros 10 años; seguimos siendo una compañía joven en México.

Tenemos los productos y tenemos la innovación como base, sin embargo nuestro principal motor hacia el futuro es que somos un equipo de profesionales dedicados y apasionados por lo que hacen, arraigados a sus valores y anclados a la filosofía de Chiesi de trabajar con integridad, con inclusividad, poniendo al paciente en el centro de todo lo que hacemos y sobre todo de ser una fuerza que trabaja para el bien.





CANCHAM MÉXICO

38 años promoviendo el comercio
y la inversión entre Canadá y México



CANCHAM, tu aval en las inversiones internacionales

En entrevista con Jael Durán y Enrique Zorrilla,
Directora y Presidente de la Cámara de Comercio del Canadá en México (CANCHAM)

¿Cuál es la principal función y misión de la Cámara de Comercio del Canadá en México?

Jael: La Cámara de Comercio del Canadá en México, o mejor conocida como CANCHAM, es la voz de los negocios canadienses en México. Nuestra cámara fue fundada en 1982 con un objetivo principal y una misión que fue representar los intereses canadienses de negocios en México y promover, por supuesto, el comercio y la inversión entre nuestros países.

La CANCHAM representa a empresas canadienses y no canadienses, desde corporativos multinacionales hasta pequeñas y medianas empresas. Y bueno, los agremiados de la CANCHAM provienen de todos los sectores industriales. En México, en su mayoría agrupamos al sector aeroespacial, el de transportes, el de energía, el de manufactura, minería, servicios financieros, farmacéuticos, entre muchos otros, y nuestra sede principal está en la Ciudad de México.

Nuestra función día con día es, a través de nuestras actividades e iniciativas, actuar como un foro de encuentro, como una vinculación entre empresas de ambos países, todo esto con el fin de identificar oportunidades de negocios y, sobre todo, generar relaciones de máximo valor para nuestros agremiados. En términos generales ésa es la función y la misión de nuestra cámara.

Respecto a las modificaciones del tratado, ¿qué tipo de inversiones y beneficios tendrá a favor de Canadá y México?

Enrique: La verdad es que el tratado en ese sentido incluye 10 nuevos capítulos de desarrollo en la relación comercial. Incluye temas como la ampliación del comercio digital y también tiene mayor claridad en términos de la cooperación ambiental, que también nos va a generar proyectos y oportunidades muy diferenciadas.

Recordemos que la relación con Canadá creció arriba de 1000% durante el Tratado de Libre Comercio, y bueno, esperamos que ahora con el T-MEC se profundice nuestra vinculación. Recordemos que la inversión canadiense está muy presente en el sector minero, en el sector automotriz, hay inversiones importantes en la industria de aeronáutica, pero existen muchas otras oportunidades en el ramo tecnológico, en diversos desarrollos innovadores que tienen que ver con tecnología de punta, en donde sin duda debiéramos de ver hacia adelante un crecimiento y un fortalecimiento de la relación bilateral entre México y Canadá.

Hoy por hoy Canadá es el tercer destino de exportaciones mexicanas, el séptimo de importaciones y el cuarto socio comercial del país, pero seguramente podemos desarrollar con muchísima mayor intensidad, con muchísima mayor actividad la relación comercial.

**Desde hace más de 50 años
Le ponemos sabor a México**



La sal que conviene



COMER SANO TE CONVIENE

    SalLaFina

¿De qué forma se garantiza el desarrollo de las inversiones de empresas mexicanas en Canadá?

Jael: El nuevo tratado, el T-MEC o CUSMA, como se conoce en Canadá, o USMCA, en Estados Unidos, creemos que es un instrumento que permite a las empresas mexicanas mirar a Canadá como un lugar de inversión. El T-MEC tiene reglas muy claras, y en esa parte los empresarios mexicanos tienen que estar tranquilos respecto a que sus intenciones van a ser respetadas; pero más que nada es el tercer país más atractivo para invertir en el mundo, por muchas cosas. Por su sistema de impuestos, Canadá tiene una economía muy estable, además de que es uno de los principales países del G20, lo que da pie a que cualquier empresario o empresa mexicana que quiera invertir allá tenga las herramientas y las garantías necesarias para hacerlo. Entonces Canadá definitivamente está abierto a los negocios.

Además del cuidado del medio ambiente, ¿qué perspectivas tienen en cuanto al intercambio comercial entre Canadá y México en el futuro?

Enrique: Estábamos revisando el valor total del comercio entre los tres países. Este bloque de América del Norte que somos México, Canadá y Estados Unidos es de alrededor de 1.3 trillones, y nosotros tenemos una vinculación de 25 billones de dólares.

Yo insistiría en esta crisis tan inédita que estamos viviendo a nivel global, es aceptado que ya tocamos fondo y ya empezó la reactivación económica, la fase de recuperación. Todavía no alcanzamos los niveles previos a la pandemia; pero bueno, estando inmersos en esta sociedad con Estados Unidos

y Canadá que nos da el T-MEC, me parece que es un atributo espectacularmente diferenciador respecto a otras economías y que nos debiera permitir agregarle dos elementos de calidad: rapidez y consistencia en la recuperación económica.

¿De qué manera impacta esta entrada en vigor del T-MEC dentro de la cámara?

Jael: Pues en la cámara vemos muy positiva la entrada en vigor del T-MEC, no sólo para la cámara sino para Canadá y México. El T-MEC es la clave, sobre todo en estos tiempos de pandemia, para la recuperación económica de ambos países. En la cámara confiamos en que el T-MEC atraerá inversión canadiense.

Para finalizar la entrevista, ¿cuál ha sido el mayor reto que ha tenido que enfrentar a lo largo de su gestión frente a la cámara?

Enrique: Llevo muchos años vinculado a la cámara. Siempre ha sido una cámara particularmente animosa, incentivada, vinculada con el mejor desarrollo de esta relación bilateral.

Yo estoy al frente ya hace un par de meses, es relativamente reciente. Pero no cabe la menor duda de que tal vez el reto más grande que vamos a enfrentar es el ser genuinamente estos puntos de vinculación entre empresas mexicanas y canadienses para invertir allá o acá en el desarrollo de nuestras economías, y que la cámara en ese contexto sea verdaderamente un punto facilitador no sólo para asesorías, sino para facilitar la inversión y desarrollo de las empresas de ambos países. Creo que más allá de los retos que hemos tenido hacia atrás, están las aspiraciones genuinas que tenemos hacia adelante.



Fuente:
CANCHAMMX

Tradición y sabor mexicano



Sal La Fina, una marca de Sales del Istmo S.A. de C.V. ha ocupado por más de 50 años un lugar preferencial en las alacenas de las familias mexicanas, convirtiéndose en un indispensable para darle sabor a la gran cocina mexicana.

La Fina, la sal con más tradición en México, tuvo sus inicios en los años 60, y desde entonces, basada en la excelencia y en una línea de productos que está en constante desarrollo ha pasado la prueba del tiempo, es decir, la marca se ha convertido en líder en lo que a sal se refiere.

Por ello, uno de los valores que tiene establecido, es la orientación al cliente, de esta manera pueden evaluar su nivel de satisfacción y lealtad, así como solucionar oportunamente cualquier situación relacionada a sus necesidades.

Tal ha sido su orientación al cliente y consumidores que en 2005, en apoyo a la dieta mexicana y a las tendencias de salud, La Fina presentó La Fina Light, seguida por La Fina Sustituto de Sal, diseñada especialmente para aquellos a los que se les ha restringido el consumo de sal y en 2011 preocupados por la conciencia ecológica y apegados a la responsabilidad social La Fina decidió ser pionera en la categoría, sustituyendo su bolsa por un empaque ecológico, el cual es amigable con el ambiente.

La Fina es una marca orgullosamente mexicana, comprometida siempre a ofrecer un producto con la más alta calidad que busca reflejar la calidez, tradición y valores de las familias mexicanas, así como reconocer la riqueza cultural y gastronómica de nuestro país, es por todo esto que por sabor y salud Sal La Fina es la sal que conviene.





El T-MEC en la relación México – Canadá

Las relaciones de México con Canadá datan de 1944. En estos 77 años nuestros lazos se han intensificado notablemente. En materia comercial, gracias al TLCAN y más recientemente al Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico, T-MEC, México es hoy el tercer socio comercial de Canadá. Además, Canadá es el segundo destino de nuestras exportaciones. Es previsible que la integración económica entre ambos países se intensifique aún más, aprovechando los nuevos compromisos incorporados en el T-MEC, que permiten una mayor integración y colaboración regional.

El T-MEC, en vigor desde el 1° de julio de 2020, ofrece una plataforma ideal para una mayor integración norteamericana, pues actualiza 24 capítulos e incluye nuevas disposiciones en 10 capítulos adicionales. En reglas de origen se incorporan requisitos de contenido regional para el sector automotriz. También se incluyen normas importantes para la facilitación comercial, permitiendo procesos comerciales más ágiles. Se reconoce el comercio digital como una herramienta de crecimiento económico regional, creando un entorno adecuado y competitivo para impulsar la innovación. Un aspecto a destacar es el apoyo a las pequeñas y medianas empresas para que se integren de mejor manera a los mercados internacionales, lo que en el contexto de la pandemia cobra mayor importancia.

En 2019, nuestro comercio con Canadá fue de unos 24 mil millones de dólares. Nuestras exportaciones se centraron en sectores como el automotriz, autopartes, aeroespacial,

electrónicos, aparatos médicos y otros con alto contenido de innovación y sofisticación. Este intercambio es mayor si consideramos que existe un subregistro de las exportaciones contabilizadas.

En materia de inversión extranjera, Canadá ocupa el tercer lugar, con alrededor de 44 mil millones de dólares acumulados desde 1999; 37.5% de esa inversión fue en la minería, principalmente en Zacatecas, Ciudad de México, Chihuahua, Coahuila y Sinaloa. La inversión extranjera cuenta con certeza y seguridad jurídica gracias a los mecanismos de protección del T-MEC y del TIPAT.

En la Embajada de México en Canadá, en colaboración con nuestros cinco Consulados y la Secretaría de Economía, trabajamos de manera coordinada, decidida y activa en impulsar y promover mayor comercio e inversión entre los dos países. Somos un punto de contacto para los exportadores mexicanos interesados en el mercado canadiense y brindamos el apoyo y asesoría necesarios a los inversionistas canadienses para realizar sus proyectos de inicio o expansión en México.

Antes de concluir, vale la pena destacar que, de las 10 provincias y tres territorios que integran Canadá, 94% del comercio bilateral se realiza sólo con Ontario, Quebec, Alberta y Columbia Británica, por lo que el espacio para incrementar y diversificar nuestro comercio, con las nuevas disposiciones del T-MEC, es significativo y debe ser aprovechado por el empresariado mexicano.