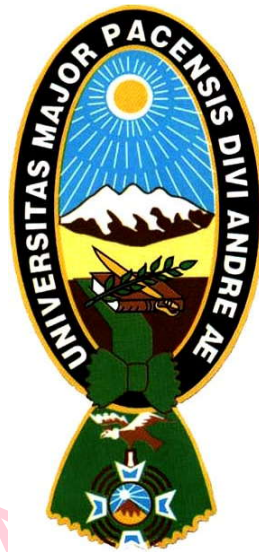


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA



TESIS DE GRADO

**LA INDUSTRIA FARMACEUTICA NACIONAL, EN EL CONTEXTO DE LA
LIBERACION DE LOS MERCADOS.**

Presentado por:

WILSON ESPIZOZA TERAN

La Paz, Bolivia

2008

ÍNDICE

	Pág.
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 MARCO REFERENCIAL.....	1
1.2. ÁREA ECONÓMICA DE ESTUDIO.....	1
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.3.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.3.2. Formulación del Problema.....	3
1.3.3. Sistematización del Problema.....	3
1.4. OBJETIVOS.....	4
1.4.1. Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. HIPOTESIS.....	5
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.6.1. Práctica.....	5
1.6.2. Teórica.....	6
1.7. MARCO TEMPORAL Y ESPACIAL.....	7
1.8. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.9. EL MÉTODO.....	7
CAPITULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. APORTES DE LA ESCUELA CLASICA.....	9
2.1.2. Aporte de una Nueva Perspectiva de la Escuela Clásica.....	12
2.1.2.1. El Modelo en una Economía Cerrada.....	13
2.1.2.2. Oferta Ilimitada de Mano de Obra.....	13
2.1.2.3. Estructura de la Economía.....	16
2.1.2.4. Expansión Económica y Nivel de Empleo.....	18
2.1.2.5. Tasa de Ahorro y Formación de Capital.....	20
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	24
2.2.1. Pequeña Empresa.....	24
2.2.2. Bonos de Capacitación para las Pequeñas Empresas.....	25
2.2.2.1. Argumento Vinculado con la Sociedad del Conocimiento.....	25
2.2.2.2. Argumento Vinculado con el Empleo.....	26
2.2.2.3. Argumento Vinculado con la Globalización.....	28
2.2.3. Clasificación de los Bonos.....	28
CAPITULO III.....	29
INSTITUCIONES QUE APOYAN A LA PEQUEÑAS EMPRESAS DE PRENDAS DE VESTIR Y TEXTIL.....	29
3.1. INSTITUCIONES.....	29
3.2. EL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA (SAT).....	30
3.2.2. Misión Institucional.....	30
3.3. ESTRUCTURA DE SISTEMA DE ASISTENCIA TÉCNICA.....	30
3.4. INSTITUTOS DE CAPACITACIÓN APROBADOS POR EL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA EN LA CIUDAD DE EL ALTO.....	31
3.4.1. Programas Modulares del SAT y Bonos Entregados.....	34
3.4.2. Programa Informar.....	34
3.4.3. Programa Asociar.....	34

3.4.3.1. Inversión Realizada en Bonos del Programa Asociar	36
3.4.4. Programa Mercados	37
3.3.4.1. Inversión Realizada en Bonos del Programa Mercados.....	39
3.4.5. Programa Innovar..	40
3.4.5.1. Inversión Realizada en Bonos del Programa Innovar.....	42
3.4.6. Programa Emprender.....	42
3.4.6.1. Inversión Realizada en Bonos del Programa Emprender.....	44
3.4.7. Programa Mejorar	44
3.4.7.1. Inversión Realizada en Bonos del Programa Mejorar.....	45
3.4.8. Programa de Apoyo a la Oferta.....	46
3.5. EL PROYECTO DE RECONVERSION PRODUCTIVA (REPRODU).....	46
3.5.1. Objetivos de REPRODU.....	46
3.5.2. Que Obtienen los Usuarios del REPRODU.....	46
3.5.3. Quienes Pueden Acceder a los Bonos de REPRODU.....	47
3.5.4. Requisitos para Acceder a un Bono de REPRODU.....	47
3.6. LINEAMIENTOS DEL SAT Y REPRODU.....	48
3.7.MOSTRAR CUANTAS INDUSTRIAS PRENDAS DE VESTIR Y TEXTILES SE BENEFICIAN DE ESTOS BONOS DE CAPACITACIÓN.....	49
CAPITULO IV.	
INCENTIVOS DEL SECTOR PÚBLICO A LAS MYPES.....	52
4.1 APOYO A LAS MYPES DE PARTE DEL GOBIERNO CENTRAL.....	52
4.2. DECRETO SUPREMO Nº 27328 DE COMPRO BOLIVIANO.....	52
4.2.2. Apoyo a las MYPES por Parte de la PREFECTURA.....	55
4.3. APOYO A LAS MYPES DE PARTE DEL MUNICIPIO.....	55
4.4. ESFUERZOS COMBINADOS DEL GOBIERNO CENTRAL Y MUNICIPIO DE EL ALTO PARA APOYO A LA MYPES.....	56
CAPITULO V.	60
INCENTIVOS DEL SECTOR PRIVADO A TRAVÉS DEL SISTEMA MICROFINANCIERO A LAS MYPES.....	60
5.1. MARCO REGULATORIO DE LAS ENTIDADES MICROFINANCIERAS.....	61
5.1.1. Formalización de las ONGs.....	62
5.1.2. Argumentos para la no Formalización de las ONGs.....	62
5.2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN DE LOS MICROREDITOS.....	63
5.3. INSTITUCIONES MICROREDITICIAS.....	63
5.3.1. Servicio de Crédito Bancario.....	63
a) Banco los Andes Procredit S.A.	63
b) Banco Solidario S.A.	64
5.3.2. Servicio de Crédito de los Fondos Financieros Privados.....	64
a) Fondo Financiero Privado Ecofuturo S.A. (FEF).....	64
b) Fondo Financiero Privado Para el Fomento a las Iniciativas Económicas S.A. (FIE)	64
c) Fondo Financiero Privado para la Promoción y Desarrollo de la Microempresa S.A. (PRODEM)	65
5.3.3. Servicio de Crédito ONGs.....	65
a) Servicio Financiero Rural Sartawi (OSA)	65
b) Programas Para la Mujer (PMB)	65
c) Diaconia Fondo Rotatorio de Inversión y Fomento (ODF).....	65
5.4. TECNOLOGÍA CREDITICIA DE LAS ENTIDADES MICROFINANCIERAS.....	66

5.4.1. Los Grupos Solidarios.....	66
5.4.2. Crédito Individual.....	66
5.4.3. Crédito Asociativo.....	67
5.4.4. Bancos Comunales.....	68
5.4.5. Crédito y Servicios Financieros.....	68
5.4.6. Combinación de Tecnologías Crediticias.....	69
5.5. NIVEL DE COMPETENCIA DE LAS INSTITUCIONES MICROCREDITICIAS COMO FACTOR DE VENTAJA DE CLIENTE.....	70
a) La Apertura de Nuevas Agencias y Sucursales	71
b) La Permanente Introducción de Innovación Tecnológicas.....	72
c) El Comportamiento de las Tasas de Interés.....	72
d) El Número de Clientes Compartidos.....	74
e) El Comportamiento de los Costos de Publicidad.....	74
f) La Diversificación de Productos y Servicios.....	74
g) La Diversificación de Ingresos.....	75
h) El Incremento en la Rotación de Empleados.....	76
5.6. PAPEL DE LAS INSTITUCIONES MICROCREDITICIAS EN EL FINANCIAMIENTO DE LAS PEQUEÑAS UNIDADES PRODUCTIVAS.....	76
 CAPITULO VI.	78
LA PEQUEÑA EMPRESA DE VESTIR Y TEXTIL.....	78
6.1. INDICADORES SOCIOECONOMICOS DE LA CIUDAD DE EL ALTO.....	79
6.2. LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES PRENDAS DE VESTIR Y TEXTILES.....	83
6.2.1. El Mercado de Aprovisionamiento.....	88
6.2.2. Mercado de Destino.....	89
6.2.3. Mercado Laboral.....	90
6.3. ESTRATEGIAS DE COMPETENCIA.....	94
 CAPITULO VII.	96
PLANTEAMIENTO DEL MODELO ECONOMETRICO.....	96
7.1. ESPECIFICACIÓN DEL MODELO.....	96
7.2. ESTIMACIÓN DEL MODELO ECONOMETRICO.....	97
7.2.1. Análisis de Matriz de Varianzas y Covarianzas de los Estimadores.....	99
7.2.2. Coeficiente de Determinación o de Correlación Múltiple.....	100
7.2.3. Coeficiente de Determinación Ajustado.....	100
7.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	101
7.3.1. Prueba de Significación Fisher (ANOVA)	101
7.3.2. Prueba de Significación Individual	102
7.4. RESULTADOS DEL MODELO.....	104
 CAPITULO VIII.	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
GLOSARIO.....	110
BIBLIOGRAFIA.....	112
ANEXOS.....	115

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Porcentaje de Empleados en el Sector Industrial Según Tipo de Actividad.....	6
Institutos de Capacitación Aprobados.....	32
Institutos de Capacitación Parcialmente Acreditados	
Para los Programas del SAT.....	33
Bonos del Programa Asociar.....	35
Inversión Realizada.....	36
Bonos del Programa Mercados.....	38
Inversión Realizada.....	39
Bonos Entregados Para el Programa Innovar.....	41
Inversión Realizada.....	42
Bonos Entregados del Programa Emprender.....	43
Inversión Realizada.....	44
Bonos Entregados Para el Programa Mejorar.....	45
Número de Establecimientos de Industria Manufacturera por Tamaño Según	
Actividad Económica en la Ciudad de El Alto.....	49
Número MYPEs y Empleados por Sexo Según	
Rama de Actividad de la Ciudad de El Alto.....	49
Comparación Número MYPEs Según Rama	
de Actividad de la Ciudad de El Alto	50
Tramites Para la Constitución de una Empresa	
Para Acceder a las Ventajas de la Ley N° 2685.....	59
Instituciones de Servicios de Crédito y de Desarrollo Empresarial Orientado	
a los Pequeños Productores.....	70
Número de Agencias y Sucursales de los Fondos Financieros Privados por Año.....	71
Número de Agencias y Sucursales de las Instituciones Microcrediticias	
del Sistema Bancario por Año.....	72
Diversificación de Productos En Instituciones Microfinancieras Seleccionadas.....	75
Diversificación de Ingresos en Instituciones Microfinancieras Seleccionadas.....	76
Número de MYPEs por Sector en la Ciudad de El Alto.....	77
Indicadores Demográficos.....	80
Establecimientos Industriales de la Ciudad de El Alto.....	84
Establecimientos Industriales de Prendas de Vestir y Textiles	86
Origen de la Materia Prima Principal y Canales de Abastecimiento de Pequeña	
Empresas en la Ciudad de El Alto.....	88
Formas de Acceso de los Pequeños Productores a los Mercados de Destino.....	90
Número de Personal Ocupado en Establecimiento de Industria Manufacturera por	
Tamaño Según Actividad Económica.....	92
Empleados por Sexo Según Rama de Actividad de la Ciudad de El Alto.....	92
Comparación Número Empleos Según Rama de Actividad de la Ciudad de El Alto.	92
Resultados del Modelo	99
Matriz de Varianzas y Covarianzas.....	100
Coeficientes del Modelo	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Mano de Obra Ilimitada.....	15
Los Rendimientos en el Sector De Subsistencia.....	17
Expansión Económica.....	18
Tasas de Interés Activa de los Fondos Financieros Privados.....	73
Tasa de Crecimiento Neta de la Fabricación y Personal Ocupado por Periodo de Inicio de Actividades	78
Población en Edad de Trabajar en la Ciudad de El Alto.....	81
Población Económicamente Activa e Inactiva en la Ciudad de El Alto.....	81
Clasificación de la PEA de la Ciudad de El Alto.....	82
Distribución de Fisher.....	102
Distribución Student.....	103

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA

AGRADECIMIENTOS

Por la ayuda prestada en la investigación al Lic. Vladimiro Gutiérrez y Lic. Pastor Yanguas, también debo agradecer y resaltar el apoyo desinteresado por colaborarme en mi defensa de tesis al Lic. Xavier Salazar, Lic. Reynaldo Yujra y en especial al Lic. Javier Fernández por la guía, que me sirvió como punto de inicio. Además agradecer por las enseñanzas en aulas al Ing. Gregorio Flores y también agradecerle por la colaboración en la revisión de mis primeros borradores de perfil de tesis.

No puede olvidarme de la persona que desinteresadamente me colaboro y apoyo, a mis amigos Dany Roca, Iván Baldes, Ivar Mareño, Efraín Tancara, Valentín Espinosa, Tania Aurora Mamani Carlo y Vania Ludeña, Mabel Bohórquez y Silvia Tapia que me alentaron y apoyaron.

DEDICATORIA

Quiero empezar mi dedicatoria con estas palabras, que alumbran mi camino:

Todo tiene su tiempo, y todo lo que se quiere debajo del cielo tiene su hora. Gracias por estar a mi lado siempre Dios, en cada momento de mi vida.

Gracias por mi formación y apoyo a mis queridos padres, a quienes dedico mi Tesis, Margarita Cerminola de Machuca y Octavio Adrián Machuca Limachi y también agradecer por los sabios consejos de mis abuelos Camilo Machuca Corderi y Bernardina Limachi que me brindaron la oportunidad de mejorar mis habilidades y conocimientos. No puedo olvidar a mis tíos que me brindaron su apoyo en los momentos más difíciles Augusto Machuca Limaché, gracias por tu ejemplo de vida; Marco Antonio Machuca Limaché, gracias por guiar mi vista hacia el horizonte y Natalia Machuca, gracias por los buenos consejos. Además a mi querido tío Antonio Machuca Limaché que me cuida desde arriba del cielo.

RESUMEN EJECUTIVO

La producción y comercialización de medicamentos en Bolivia pasa por el circuito Comercio Internacional, en el cual la industria nacional se encuentra en franca competencia respecto a la industria farmacéutica multinacional, la misma que invade el mercado interno por vía de las importaciones de estos productos.

La internación de productos farmacéuticos para su comercialización en el mercado interno, es un asunto de gran interés público, puesto que afecta no sólo a la industria nacional del rubro, si no a la economía de la población consumidora de dichos productos.

La industria farmacéutica abarca un amplio campo de acción que va desde las llamadas ciencias de la vida o de la salud, la química industrial, la biotecnología, la ingeniería que se enfoca a la investigación científica, a la innovación constante y al desarrollo de nuevos productos que puedan satisfacer las necesidades de los mercados en crecimiento y expansión en todo el mundo.

En este sentido la Ley y las normas correspondientes garantizan la producción y comercialización de la industria nacional del medicamento así como el respaldo jurídico legal de los mismos frente a la industria extranjera en su mayoría de importación.

El valor bruto de esta industria a nivel mundial en el último trimestre de 2003 fue de 258 mil millones de Usd., de este valor para Latinoamérica en el mismo periodo fue de 18 mil millones de Usd., asimismo en Bolivia se mueve en el mercado total, vale decir mercado ético y popular, Año 2000: Usd. 63.823,694; 2001: Usd. 64.617,725; 2002: Usd. 63.315,368; 2003: Usd. 59.701,964 y para el año 2004, Usd. 57.776,491.

Por otro lado el mercado farmacéutico Latinoamericano cuenta con un movimiento de ventas en unidades y valores para el año 2003, situado en primer lugar México con 992 millones de Unidades y 7.243 millones de Usd., Brasil con 1.221 millones de Unid. y 4.593 millones de Usd., Argentina con 333 millones de Unid. y 1.681 millones de Usd., Venezuela con 3.173 millones de Unid. y 1.462 millones de Usd., luego después de Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Bolivia se sitúa con 13 millones de Unidades y 59 millones de Usd. Del mercado farmacéutico.

El mercado farmacéutico en Bolivia (2004), mueve al rededor de 57.776.491 millones

de Usd., generando tres sub sectores (mercado privado, institucional, contrabando), dentro la industria farmacéutica nacional.

Según los resultados de la investigación, queda claro que sí existe las condiciones necesarias tanto jurídica como legal para que el sector farmacéutico nacional pueda competir con: la elaboración de fármacos, importación de productos farmacéuticos, exportación de fármacos a diversos países y la comercialización de productos en el interior como exterior del país.

No obstante la desventaja es menor con respecto a la influencia del modelo político nacional del medicamento por parte de instituciones estatales, la normativa se cumple podríamos decir en un 80%. Hacia la industria farmacéutica nacional, el Ministerio de Salud no cuenta con la capacidad humana y logística para: verificar, inspeccionar e incautar productos de dudosa calidad y procedencia, así como una evidente falta de coordinación con organismos aduaneros para precautelar el libre tránsito de productos importados no autorizados.

En Bolivia existen alrededor de 318 empresas dedicadas a la industria farmacéutica, de los cuales 75 empresas son laboratorios industriales fabricantes y 243 son importadoras de productos, reactivos e insumos farmacéuticos, la mayor parte de estas empresas se encuentran en la Ciudad de La Paz con 168 empresas, luego Santa Cruz con 90, Cochabamba con 54 y entre Oruro, Potosí y Tarija 6 empresas, la instalación de empresas en la ciudad de La Paz, se debe principalmente a: sede de gobierno, centralización de instituciones públicas y privadas.

En Bolivia se ve claramente que existe tres sectores principales, el privado con un mayor porcentaje del mercado farmacéutico nacional (54%), debido a las cadenas de farmacias privadas, al gran número de personas no aseguradas o afiliadas a centros de salud, luego el sector institucional con un porcentaje menor (20%), que solamente cubre a personas aseguradas, y por último el sector del contrabando con un (26%), del mercado total nacional, representado por personas naturales que se benefician con la compra y venta ilícita de fármacos de procedencia dudosa.

LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA NACIONAL EN EL CONTEXTO DE LA LIBERACIÓN DE LOS MERCADOS

CAPITULO I.

1. INTRODUCCION

1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La producción y comercialización de medicamentos en Bolivia pasa por el circuito Comercio Internacional, en el cual la industria nacional se encuentra en franca competencia respecto a la industria farmacéutica multinacional, la misma que invade el mercado interno por vía de las importaciones de estos productos.

Gran parte de los medicamentos que se comercializan en el país, podrían ser fabricados en el territorio nacional, en el marco de las políticas de reconversión industrial que propugna el actual modelo económico vigente en el país.

En la actualidad, sin embargo la internación y comercialización de medicamentos es controlada en su mayor parte por los grandes laboratorios farmacéuticos multinacionales, afectando seriamente tanto a la industria nacional del rubro, así como a la economía de la población consumidora de dichos productos.

Esta situación se deriva del actual modelo económico vigente en el país, caracterizado por su apertura y liberalización de los mercados, los cuales se rigen por la ley de la oferta y la demanda.

El rol del Estado, en este caso se reduce al de simple “regulador” de la economía de

mercado, dejando que las multinacionales del medicamento impongan la política a seguir; puesto que al parecer lo que guía a la gran industria farmacéutica es la maximización de beneficios.

El presente estudio, por consiguiente pretende dar respuesta a interrogantes relacionadas con la problemática señalada.

1.2. HIPÓTESIS

La industria farmacéutica nacional se encuentra en desventaja respecto a la industria multinacional del medicamento, debido a la influencia que ejercen estas industrias en el plano económico, favorecidas por el actual modelo nacional en el que rige la libertad de precios.

1.3. VARIABLES

1.3.1. Variable Dependiente:

Producción Nacional de productos farmacéuticos.

1.3.2. Variable Independiente:

Principales productos farmacéuticos de importación.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Investigar si existen las condiciones suficientes y necesarias para que la industria farmacéutica nacional pueda competir con la industria farmacéutica internacional.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el control y fiscalización por parte de autoridades competentes nacionales, hacia los distintos canales de internación y comercialización de productos farmacéuticos.
- Determinar la Industrialización e importación de productos farmacéuticos, su principio activo y clase terapéutica.
- Determinar la comercialización de productos farmacéuticos bolivianos en el mercado interno y la exportación de productos farmacéuticos.
- Determinar el impacto en la economía del consumidor por la venta de productos farmacéuticos, nacionales y importados.
- Contribuir con datos e información, sobre la industria farmacéutica de importación, su relación con la economía y la salud de la población.

1.5. EL ROL E IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional se define como el intercambio de bienes y servicios entre residentes de distintos países.

El comercio es de doble vía y actúa bajo la premisa de que con él todos salen ganando: los que venden y los que compran.

Como lo señala el economista Cornejo¹, existe una natural tendencia de los países a exportar más de lo que importan para lograr un superávit en su balanza comercial, incluso en América Latina se ha aplicado durante varias décadas, políticas de sustitución de importaciones como una estrategia de desarrollo, a fin de incentivar a la industria local a producir bienes que antes se importaban, aún cuando en muchos casos esa producción se realiza en condiciones de poca eficiencia y calidad.

La teoría de comercio internacional, por otro lado esta estrechamente ligada no sólo al logro de un superávit en la balanza de pagos, sino sobre todo al logro de tasas sostenidas

¹ CORNEJO, R. Enrique. Comercio Internacional, Editorial Norma, Lima Perú, 1996

de crecimiento tanto de las exportaciones como de las importaciones.

Desde el punto de vista económico resulta conveniente la participación de los países en el comercio internacional por cuatro razones principales:

- Permite incrementar la cantidad y mejorar la calidad del consumo.
- Posibilita un aprovechamiento óptimo de las ventajas de la especialización.
- Facilita una rápida difusión y aprendizaje del proceso de innovación tecnológica.
- Permite desarrollar estrategias competitivas.

a) El comercio internacional y el crecimiento económico

El comercio internacional no sólo tiene que ver con las exportaciones de bienes y servicios, sino que este juega un importante papel en las políticas de crecimiento económico y en las estrategias de desarrollo de los países.

En efecto, existe una relación inter-actuante entre el comercio internacional y el crecimiento económico, el primero contribuye al logro de un crecimiento sostenido y el segundo permite alcanzar la estabilidad para la mejora constante del volumen y la calidad de los productos transables.

En este sentido, el comercio internacional de bienes y servicios se convierte en un factor básico para el mantenimiento del equilibrio en el Sector Externo, y al mismo tiempo se constituye en la fuente permanente de generación de divisas para el país.

b) Las empresas en la economía internacional

El comercio internacional, no obstante tiene como meta fundamental la obtención de

beneficios basándose en las diferencias de precios en los mercados internacionales, es decir de los países que intervienen en las transacciones comerciales de bienes y servicios.

En base a esta lógica, los empresarios toman sus decisiones sobre cómo producir, hacia dónde vender y comprar. Además de la obtención de beneficios, los empresarios pueden perseguir otros objetivos, pero para que la empresa siga funcionando y pueda crecer, los beneficios tienen que ser el objeto predominante.

En general, el término “internacional”, con respecto al comercio no significa “entre naciones o gobiernos”, sino “entre empresas de diversos países”.

El comercio realizado por empresas de diferentes países implica los precios de las mercancías y servicios dados en diferentes monedas, de forma que los precios sólo pueden compararse entre sí después de haberlos convertido a la misma medida de valor mediante los tipos de cambio.

En este sentido, como señala Sirc 1, nada cambia si en lugar de ocuparse de las operaciones económicas dentro de las fronteras de los países, la atención se centra en esas operaciones pero sin tener en cuenta las fronteras.

Las empresas que trabajan a escala internacional también tienen que operar bajo la jurisdicción de al menos dos Estados. Como quiera que los Estados o países se limitan a establecer un marco legal de leyes civiles, comerciales y criminales internacional y se supone que estos son el resultado de la actividad espontánea de las empresas individuales.

Las empresas funcionarán por lo tanto, basándose en las leyes en generales y las medidas de política que adoptan los Estados bajo cuyas jurisdicciones operan. En este

2 SIRC., L.A INICIACION AL COMERCIO INTERNACIONAL, SIGLO XXI, Editorial México, 1989

sentido, tanto las medidas de orden legal como las de política económica pueden ser el resultado de la actuación unilateral de un sólo país, o bien puede acordarse bilateral o multilateralmente. En la actualidad ha surgido la tendencia a formar grandes bloques comerciales y a firmar acuerdos internacionales; así tenemos por ejemplo, el MERCOSUR en Sudamérica.

1.6.- MARCO CONCEPTUAL

a) Factores que explican la importancia de la comercialización de productos farmacéuticos y su rol en la economía.

Las importaciones de productos farmacéuticos realizadas por los países subdesarrollados, forman parte de una política comercial de libre oferta y demanda que beneficia mayormente a la industria farmacéutica de medicamentos de marca, producidos en los países industrializados.

Por lo tanto, es importante relacionar la teoría del comercio internacional con la experiencia boliviana de la última década, tomando en cuenta particularmente la liberalización de la economía, en el rubro de nuestra temática de investigación.

1.7.- DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.7.1. Delimitación Temporal

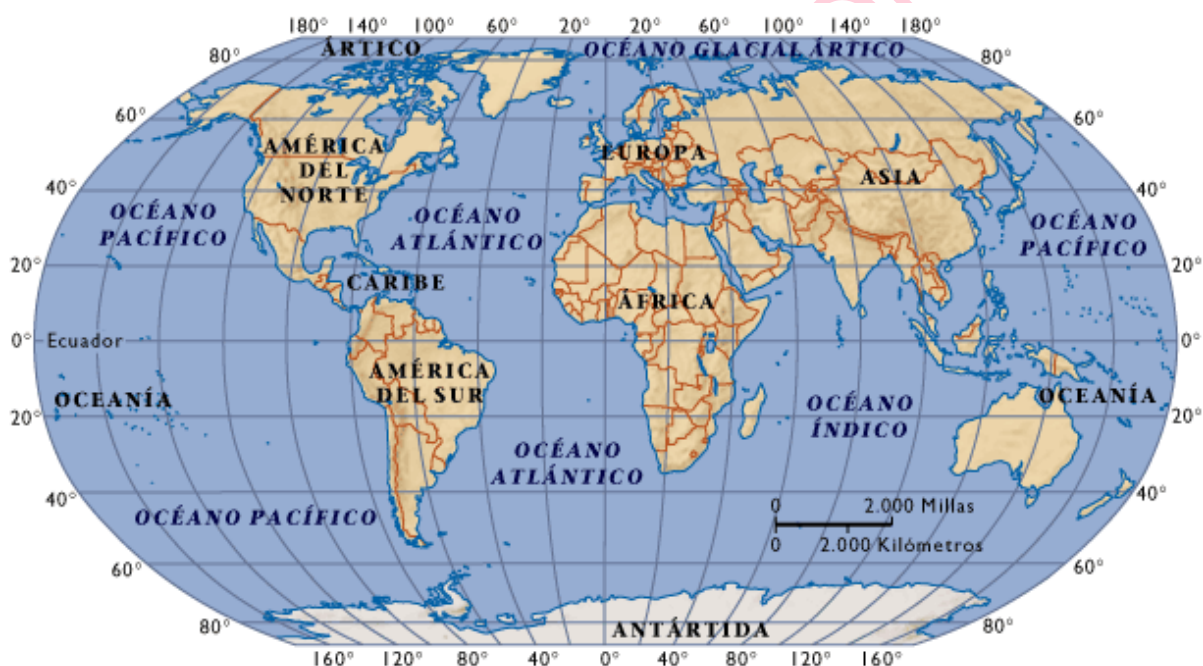
El período de tiempo que abarca la investigación del presente trabajo es desde la promulgación de la Ley del Medicamento 1996 al primer trimestre de 2004 y estará

basado en el comportamiento de la producción, comercialización, importación y exportación de productos farmacéuticos.

1.7.2.- Delimitación Espacial

La investigación comprende espacialmente todo el territorio nacional, pero se concentrará mayormente en el eje central o troncal del país; La Paz - Cochabamba - Santa Cruz, donde se ubica la mayor parte de las empresas importadoras y la industria farmacéutica nacional respectivamente.

IMAGEN No. 1 MAPA MUNDIAL



1.8.- METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El método empleado en el presente trabajo de investigación es el Exploratorio y Descriptivo, que consiste en obtener información para llevar a cabo una investigación mas completa de la que ya se tiene, medir y evaluar diversos aspectos, dimensiones o

componentes del fenómeno a investigar, a partir de la formulación de objetivos específicos e hipótesis, pasando por el proceso de análisis y su correspondiente verificación o invalidación empírica, con el cual llegamos a los resultados de la investigación.

Para el proceso de selección y cuantificación de la información obtenida, se hizo uso de los métodos estadísticos cuantitativos.

Las técnicas de recolección de información para el marco teórico fue la revisión crítica de la bibliografía, consistente en textos, estudios especializados e información general sobre la temática.

Para la parte operativa, se recolectó información sobre el tema, a través de entrevistas formales e informales.

1.9. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA

La internación de productos farmacéuticos para su comercialización en el mercado interno, es un asunto de gran interés público, puesto que afecta no sólo a la industria nacional del rubro, si no a la economía de la población consumidora de dichos productos.

Esta actividad comercial no está totalmente controlada por los organismos oficiales pertinentes, sino que inclusive puede escapar al control por parte del Estado boliviano. Por otro lado, tampoco existen políticas específicas de fomento a la industria nacional, no obstante haber sido declarada como prioritaria y estratégica la industria farmacéutica nacional, por la ley del Medicamento No. 1737, de diciembre de 1996.

Esta situación, impide el desarrollo de una industria farmacéutica nacional que pueda

competir con la industria transnacional en el mercado interno, e incluso que pueda exportar sus productos a mercados internacionales; Es importante, por lo tanto, esclarecer las causas por las que el país no cuenta hasta la fecha con una industria competitiva en este rubro.

Estas razones, por consiguiente justifican plenamente la realización del presente trabajo de investigación y que el mismo permitirá en el futuro se realicen otros sobre esta temática, con el propósito de esclarecer la problemática y plantear alternativas de solución que pudieran ser tomadas en consideración por los protagonistas y sectores involucrados en el rubro.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TEORÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional se define como el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países:

Samuelson y Nordhaus, lo definen como "el intercambio de bienes, servicios y capitales entre los diferentes países"³

Autores como Krugman y Obstfeld, por otro lado, señalan la doble vía del comercio internacional, en el sentido de que con el comercio ganan todos, es decir los que venden y los que compran.

"Probablemente la reflexión más importante de toda la economía internacional sea la idea de que existen ganancias del comercio, esto es que cuando los países venden bienes y servicios entre ellos, se produce casi siempre un beneficio mutuo"⁴.

Autores más recientes como Cornejo, señalan la creciente importancia de los servicios en el comercio internacional, al cobrar importancia no sólo el intercambio de bienes o mercancías sino también el de servicios.

Esto resulta muy pertinente si se tiene en cuenta que cada vez es más importante el valor de las transacciones internacionales de servicios de distinta índole como, por ejemplo, fletes, seguros, software, turismo, comunicaciones, servicios financieros de consultoría e ingeniería, etc.⁵

La nueva división internacional del trabajo no se centra en la dotación de recursos naturales y factores como principal criterio de especialización, sino en el contenido tecnológico del producto, la intensidad del trabajo especializado y en los conocimientos necesarios para producir y comercializar.

En el área del comercio exterior la creciente integración de las economías nacionales a la economía mundial sitúa a la competitividad como factor central que determina el lugar que

3 **SAMUELSON, Nordhaus. Economía, Ed. Mac Grau-Hill Madrid 1990, Pág. 1042**

4 **KRUGMAN Paul R./OBSTFELD, Maurice Edición, Capítulo 1, Pág.4**

5 **CORNEJO, R. Enrique. Comercio Internacional hacia una gestión competitiva, Ed. SM. Lima Perú, 1996 Pág. 27**

ocupa un país en la división internacional del trabajo⁶

En general el paso de los años ha sido testigo de una creciente interdependencia económica entre países, en particular a partir de las postrimerías de la II Guerra Mundial, como puede verse a partir del mayor crecimiento del comercio mundial en relación con el incremento de la producción y, en efecto puede afirmarse que lo anterior se ajusta al caso de los EE.UU.

2.1.1. QUÉ ESTUDIA LA ECONOMÍA INTERNACIONAL

Otro enfoque del comercio internacional, se refiere al **de economía internacional**, como la define SALVATORE, Dominick en su obra, Economía Internacional:

La economía internacional trata la interdependencia económica entre países; estudia el flujo de bienes, servicios y pagos entre un país y el resto del mundo, analiza las políticas diseñadas para regular dicho flujo, así como sus efectos en el bienestar del país.

Las relaciones políticas, sociales culturales y militares entre naciones afectan dicha interdependencia económica y, a su vez tienen una influencia sobre la misma.

Este autor, cita el caso del desarrollo reciente de la Economía Norteamericana, la misma que después de permanecer en una franja intermedia entre el 3% y el 4% durante las décadas de los años cincuenta y sesenta, durante la década de los años sesenta las importaciones y exportaciones como porcentajes del producto interno bruto experimentaron un brusco incremento en los EE.UU. esto es, que las importaciones, como un porcentaje del PIB de los EE. UU. se elevaron desde casi el 4% a finales de la década de los años sesenta hasta 9.5% en 1990, y por su parte, las exportaciones mostraron un incremento desde casi el 4% a finales de la década de 1960 y comienzos de la década de 1970 hasta más del 8% en 1980 significaron el 7.3% del PIB en 1990. De esta manera, el comercio internacional adquirió mayor trascendencia (es decir los EE.UU. han logrado mayor interdependencia con la economía mundial) durante las dos últimas

⁶ SMIRH, Adam. Indagaciones Acerca de la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones, Pág. 424-426

décadas.

En particular la economía internacional tiene que ver con la teoría del comercio internacional, la política del comercio internacional, los mercados de divisas y la balanza de pagos así como la macroeconomía de una economía abierta, La teoría del comercio internacional examinan las bases y las ganancias obtenidas del comercio. La política del comercio internacional estudia las razones y los efectos de las restricciones al comercio y el neoproteccionismo.⁷

2.2. EL COMERCIO CON BASE EN LA VENTAJA ABSOLUTA: ADAM SMITH.

Smith sustentaba su tesis en un postulado elemental: si dos países comercian entre sí en forma voluntaria, ambos países deben obtener beneficios; sino uno de los dos países no logrará una ganancia, o se encontrará ante una situación de pérdida, simplemente se negaría a hacerlo. Sin embargo, cómo se desarrolla esta actividad comercial de beneficio mutuo, y dónde se originan las ganancias obtenidos del comercio. Dicho de otra manera, “un país tiene una ventaja absoluta con relación a otro país cuando produce un bien (o servicio) utilizando, para tal efecto, menor cantidad de recursos (de trabajo) que los que utiliza el otro país.”⁸

La teoría de la “ventaja absoluta” es, por lo tanto anota Cornejo, una extensión al ámbito internacional de las ganancias derivados de la especialización o división del trabajo que Smith había analizado para el caso doméstico. Las ganancias se maximizarán entonces cuanto más libres sean los flujos del comercio internacional. “La ventaja absoluta implicaba, para Smith seguir”, la máxima de todo jefe de familia prudentes de nunca intentar tratar de producir en casa lo que le costaría más producir

7 SALVATORE, Dominick: Economía Internacional 4ª edición 1995

8 CORNEJO, R. Enrique. Comercio Internacional hacia una Gestión Competitiva. Ed. SM. Lima Perú 1996, Pag.36Competitiva. Ed. SM. Lima Perú 1996, Pag.36

que comprar”.⁹

Pero la teoría de la “ventaja absoluta” no es aplicable a todas esas situaciones del comercio internacional pues no contempla el caso de un país que tenga ventaja absoluta en todos los bienes o servicios en relación de otro país dado que, en ese caso aparentemente al país le convendría mantenerse en una situación de autarquía. Pero no es así y es aquí donde resulta importante el planteamiento de la ventaja comparativa.¹⁰

2.3. LA VENTAJA COMPARATIVA

La teoría de las “ventajas Comparativas” es atribuida, a David Ricardo (1772 - 1823), que en su obra Principios de Economía Política y Tributación la dio a conocer como la ley de la ventaja comparativa, una de las más importantes e inobjetable leyes de la economía, la cual ofrece una amplia gama de aplicación práctica.

A este respecto, tanto Ricardo como Robert Torrens, demostraron que el comercio mutuamente beneficioso es posible cuando solamente existe una ventaja comparativa, una condición mucho más débil que la ventaja absoluta. En realidad, la ventaja absoluta es solamente un caso especial del principio general de la ventaja comparativa. La ventaja comparativa pueda ser definida de la siguiente manera:

Se dice que un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien (o servicio), en relación con otro país, cuando puede producirlo a un menor costo que en el otro país, en términos de otros bienes (Cornejo, 1996, pp 40).

Según Paul Krugman, no obstante, existen ideas erróneas sobre la ventaja comparativa. En efecto, en criterios de este autor, no son pocas las ideas confusas en economía. Los políticos los dirigentes empresariales e incluso los economistas frecuentemente realizan declaraciones que no resisten un cuidadoso análisis económico. Por alguna

9 **SMITH**, Adam. Indagaciones Acerca de la Naturaleza y Causa de la Riqueza de las Naciones, Pág. 424 - 426.

10 **CORNEJO**, R. Enrique. Comercio Internacional hacia una gestión Competitiva, Ed. SM. Lima Perú, 1996, Pag.67.

razón esto parece ser especialmente cierto en la economía internacional. Si abrimos la sección de negocios del dominical de cualquier periódico diario o revista semanal, probablemente encontraremos algún artículo que realiza afirmaciones absurdas sobre el comercio internacional.

Tres errores en particular han demostrado ser muy persistentes y nuestro modelo sencillo de ventaja comparativa puede utilizarse para ver por qué son erróneas dichas ideas.

2.3.1. PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

Mito.- El libre comercio es sólo beneficio si tu país es suficientemente productivo para resistir la competencia internacional. Este argumento le parece extremadamente creíble a mucha gente. Por ejemplo, un historiador muy conocido criticó recientemente los argumentos en favor del libre comercio afirmando que pueden no cumplirse en la práctica: "¿Qué pasa si no hay nada que podamos producir en forma más barata o eficiente que en cualquier otro lugar, si no es reduciendo constantemente nuestros costes laborales?", se preguntaba.

El problema con la visión de este comentarista es que no consiguió entender el punto esencial del modelo de Ricardo, que las ganancias del comercio dependen de la ventaja comparativa y no de la ventaja absoluta. Está preocupado porque un país pueda no tener nada que produzca más eficientemente que cualquier otro - es decir, puede no disponer de ventaja absoluta en nada.

Siempre existe la tentación de suponer que la capacidad para exportar un bien depende de que nuestro país tenga una ventaja absoluta en productividad. Pero una ventaja absoluta sobre otros países en la producción de un bien no es una condición ni necesaria ni suficiente para disponer de ventaja productiva en ese bien.

En nuestro modelo de un factor la razón por la que la ventaja absoluta en productividad en una industria no es necesaria ni suficiente para conseguir ventaja competitiva es clara, la ventaja competitiva de una industria depende no sólo de su productividad en relación a la industria extranjera, sino también de la tasa de salarios en relación a la tasa de salarios extranjera.

Una tasa salarial de una industria en un país depende, a su vez de la productividad relativa en otras industrias del propio país en la producción de vino, pero también tiene una mayor desventaja de productividad en el queso, debido a su menor productividad total, el extranjero debe pagar menos salarios que nuestro país, lo suficientemente bajos para tener menores costes en la producción de vino.

De igual manera en el mundo real Portugal tiene baja productividad, por ejemplo, en la producción textil, comparada con los Estados Unidos; pero puesto que la desventaja de productividad de Portugal es todavía mayor en otras industrias, sus salarios son los suficientemente bajos para tener una ventaja comparativa en la producción textil.

2.4. VENTAJA COMPARATIVA Y COSTO DE OPORTUNIDAD

David Ricardo (1823), fundamentó su Ley de la ventaja comparativa en los siguientes supuestos básicos:

- Sólo dos países y dos bienes
- Libre comercio
- Movilidad perfecta de la fuerza laboral en cada país, inmovilidad laboral entre los dos países

- Costos constantes de producción
- Ausencia de costos de transportes
- Ausencia de cambios tecnológicos, y costos de transporte.
- Teoría del valor de la fuerza laboral.

Si bien es permisible cierta flexibilidad de los supuestos uno a seis, el séptimo no es válido (se sostiene la teoría del valor de la fuerza laboral) y en consecuencia no debe utilizarse para desvirtuar la ventaja comparativa.

La teoría de las ventajas comparativas de Ricardo constituye, por tanto, un importante avance en la explicación de las razones por las que los países se especializan en el comercio internacional, y de hecho es la base de las teorías más recientes a este respecto. Ambos planteamientos sin embargo, el de Ricardo y el de Smith, al ubicarse de manera general en el marco de la “teoría del valor trabajo”, consideraba solamente la importancia del factor trabajo, lo que constituye una limitante, ya que en la práctica son varios los factores que pueden explicar una “ventaja comparativa”, en relación a capital, recursos naturales, ubicación geográfica, trabajo, información, gestión empresarial, tecnológica, infraestructura, etc.

En 1935, correspondió a Haberler superar esta limitación al fundamentar o explicar la teoría de la ventaja comparativa con su **teoría de los costos de oportunidad**, razón por la cual con frecuencia se conoce la ley de la ventaja comparativa como **ley del costo comparativo**, o costo de oportunidad. Sobre este particular, Haberler señaló:

Podemos eliminar la teoría del valor trabajo sin tener que descartar los resultados obtenidos de ella: estos permanecerán, de la misma manera como un edificio permanece después de retirar los andamios una vez que estos han cumplido su propósito.

Efectivamente, desde que se define a la ventaja comparativa en términos del costo de oportunidad, no es relevante si los bienes son producidos solamente por trabajo y por cualquiera otra combinación de factores de producción.

2.5. COMPETITIVIDAD

La competitividad es el proceso integral, de carácter estructural y sistemático y de naturaleza muy dinámica que se manifiesta en la capacidad que tiene el aparato productivo del país para captar, mantener e incrementar mercados nacionales, sub regionales, internacionales y globales, y sobre esa base, elevar el nivel de vida y el grado de bienestar de la sociedad en su conjunto (Cornejo 1996: 49).

El paradigma basado en la abundancia de recursos naturales queda descartado a la luz de la experiencia, que un país como Japón que posee muy pocos recursos naturales es, sin embargo, la tercera potencia comercial mundial después de Estados Unidos y Alemania. En contraste, un país como Bolivia con gran potencial y diversidad de recursos naturales, tiene una insignificante participación en el comercio internacional.

La abundancia de recursos naturales es por supuesto de gran importancia pero no es suficiente para constituirse en un factor de éxito desde el punto de vista de la competitividad.

Para esto se requiere que esos recursos naturales sean explotados racionalmente y se le de “valor agregado” en el marco de una estrategia deliberada en que se incluyan otros factores de producción que en algunos casos no son tan abundantes. en el caso de las tecnologías avanzadas, de que hoy se dispone, por ejemplo, los países pueden crear los “climas artificiales” para producir bienes o desarrollar recursos que, en principio, les estarían vedados. Así por ejemplo hoy en día ya no se necesita vivir en la zona andina

para criar Llamas, Alpacas o Vicuñas, puesto que miles de estos auquénidos viven y se reproducen en países como Estados Unidos y Australia. Por otro lado, Chile se ha convertido en uno de los más grandes exportadores de Kiwi y salmón, productos que antes no poseía.

Con relación al paradigma del “recurso abundante”, o del “recurso barato”, como estrategia de especialización, sólo parece una ventaja temporal. En efecto, como lo señala Cornejo. más barato; pero conforme el mismo proceso se iba desarrollando, este recurso se fue encareciendo relativamente y ya no constituía la misma ventaja que al principio. (Cornejo 1996)

Lo mismo ocurrió con los llamados “tigres asiáticos (HONG KONG, TAIWAN, SINGAPUR Y COREA) que originaron un “boom exportador”. En un inicio, sus costos laborales se constituyeron en una ventaja inicial, pero luego estos se encarecieron y entonces las empresas tuvieron que trasladar las partes del proceso de producción más intensiva del trabajo a otros países asiáticos a los que se denominó “dragones”, es decir Malasia, Indonesia y Tailandia.

Esto ocurrió durante la década de los ochenta, después de un tiempo a estos países también se les encareció relativamente la mano de obra repitiéndose el traslado de las fases más intensivas de la mano de obra esta vez hacia la República Popular China que se convirtió en el suceso más exitoso de los años noventa del Asia. Consiguientemente, tampoco es la abundancia de algún recurso y su consecuente bajo costo el factor fundamental y permanente que explica las causas del triunfo en la competencia en el mercado internacional.

Por último, es interesante constatar, desde el punto de vista de la teoría de las ventajas competitivas de Porter que éstas se crean y se desarrollan brindando las condiciones propicias, por lo que también se pueden perder con el tiempo si se cae en el descuido,

por lo tanto para que un país desarrolle ventajas comparativas no es suficiente que tenga empresas que se esfuercen por mejorar el servicio a clientes bien informados y exigentes, insensatamente sus niveles de productividad eficiencia y calidad, sino que es necesario que exista, además un “ambiente competitivo”. Esto supone que todos están en el mismo empeño, es decir, proveedores y empresas asociadas que enfoquen su trabajo a mejorar el servicio a clientes bien informados y exigentes, factores de producción de calidad, condiciones que estimulen la competencia, y una administración y organización moderna.

Un estudio realizado por la SELA, en 1996, revela que las nuevas técnicas informáticas y organizacionales, así como las condiciones de la competitividad influyen considerablemente en la reinserción de los países y las empresas en los mercados internacionales. A este respecto Mariña M., Manuel, afirma:

"En el marco de la economía global, es la inversión productiva, lo que finalmente condiciona el uso de las tecnologías de punta o las ventajas comparativas para el logro de la competitividad. Sobre la competitividad de las empresas de la región, puede producir la incorporación de las nuevas técnicas informáticas y organizacionales.

Se pronostica, que sólo las organizaciones diseñadas para manejar exitosamente la complejidad, podrán sobrevivir a este fenómeno que, particularmente, tuvo sus inicios a partir de la década de los 70, cuando se incrementó, aceleradamente, la tasa de cambios en el mundo, y las organizaciones que no logren oír su resuello, jamás tendrán ventajas competitivas.

No sólo la búsqueda de la inversión foránea, sino además, el agotamiento del modelo de organización clásico para gerenciar exitosamente el cambio, y con ello, enfrentar la complejidad que demanda la competitividad actual.

2.5.1. CONDICIONES DE LA COMPETITIVIDAD

Los requerimientos puede ser sólo algunos de los tantos que hoy se inscriben en la

mayoría de las propuestas organizacionales estudiadas, entre ellas el modelo cibernético desarrollado bajo el nombre de "Modelo de Sistema Viable" por el británico Stafford Beer, es, el que establece la mejor plataforma para alcanzar, a partir del cumplimiento de los requerimientos señalados, las condiciones que permitan que una empresa logre ventajas competitivas.

De acuerdo a lo señalado por Michael Porter (Porter, M, 10), estas condiciones de competitividad son: Liderazgo en costos (precio inferior al de la competencia), lograr un producto diferenciado de la competencia (por el mismo precio, mejores prestaciones), o dominando un "nicho" del mercado (exclusividad en el uso).

Ninguna de estas tres condiciones de competitividad se puede alcanzar, si no se dispone de una estructura organizacional diseñada para gerenciar un mercado que ahora es más complejo.

La complejidad administrativa, que exige cubrir los 18 requerimientos, que hemos considerado como necesarios, para alcanzar las condiciones de competitividad indicados por Porter, demanda, además de una estructura organizacional idónea, nuevas formas de regulación gerencial.

De esta forma, el manejo de la información, se orienta a evitar la crisis que supone el desequilibrio, en la relación cliente servidor, de cualquier circuito operativo.

La nueva gerencia exige ser informada, permanentemente, sobre la inminencia de dichos desequilibrios y esto sólo es posible mediante sistemas de información basados en la Alerta temprana.

La alerta temprana, entonces, constituye la base de sustentación de la llamada "gerencia de precrisis" (Mariña, M.) y este tipo de gerencia, indefectiblemente, invoca a las nuevas tecnologías de información (TI)".

2.6. LA VENTAJA COMPETITIVA

Luego del desarrollo de la teoría de las **ventajas comparativas**, con los desarrollos posteriores que se han señalado, aparece la diferenciación entre las denominadas “ventajas comparativas naturales” o estáticas de las “ventajas comparativas dinámicas”. Las primeras existen independientemente de la acción del hombre, así por ejemplo, la ubicación geográfica estratégica y favorable de un país o la disponibilidad de algún recurso de gran valor comercial, las segundas no obstante, requieren del esfuerzo del hombre para que esa ubicación geográfica estratégica o ese recurso natural sean aprovechados de la mejor manera en el comercio internacional.

2.6.1 LA VENTAJA COMPETITIVA DE MICHAEL PORTER

Durante la década de los noventa se va a desarrollar la teoría más reciente de la “Ventaja competitiva”, especialmente a partir de la publicación de la obra “La ventaja competitiva de las naciones” del profesor Michael Porter (Universidad de Harvard, 1991), además de otros autores sobre la misma temática.

En dicha obra, el autor se plantea las siguientes interrogantes: cuál es la razón por la que algunos países triunfan en la competencia internacional.- Por qué un país se convierte en un centro en el que convergen competidores que triunfan internacionalmente en una industria o en otra.- Por qué algunos países son competitivos y otros no.

Los desarrollos más recientes en la teoría del comercio internacional que buscan dar respuestas a las interrogantes señaladas, realizaron distintas investigaciones que tratan de encontrar patrones comunes que explique tales interrogantes. Los resultados de tales investigaciones son los que siguen:

Independientemente de las diferencias existentes entre unas y otras empresas líderes, se encontraron en todas ellas esfuerzos permanentes por incrementar su productividad, lo que a su vez se sustenta en políticas que buscan la eficiencia y la calidad, como se

muestra en el siguiente gráfico.

Según esta visión, Porter señala que es importante que tanto las naciones como sus empresas cuentan con una estrategia, que apunta a encontrar posiciones nuevas para ganar nuevas posiciones en la competencia. A este respecto, se cita inextensa la postura teórica de Porter, quien afirma:

" La competencia estratégica podría decirse que es el proceso de descubrimiento de nuevas posiciones que atraen clientes de empresas establecidas o que captan para el mercado a clientes nuevos. Por ejemplo, los almacenes que ofrecen gran variedad dentro de una única clase de productos les quitan cuota de mercado a los grandes almacenes de línea amplia que ofrecen una selección más limitada de muchas clases de productos.

Los posicionamientos estratégicos no suelen saltar a la vista y para identificarlos se necesita intuición y creatividad. Las empresas que empiezan suelen descubrir posiciones singulares que siempre han estado ahí pero han pasado inadvertidas para los competidores existentes.

Mas habitualmente, sin embargo, aparecen nuevas posiciones a consecuencia de un cambio. Surgen nuevos grupos de clientes o nuevas necesidades al evolucionar la sociedad; aparecen nuevos canales de distribución; salen al mercado nuevas máquinas o nuevos sistemas de información. Cuando se producen estos cambios, los nuevos competidores, que no están lastrados por el pasado del sector, pueden percibir. A diferencia de las empresas asentadas, las nuevas pueden ser mas flexibles porque no tienen que renunciar a sus actividades existentes." (11)

2.6.2. REDESCUBRIR LA ESTRATEGIA

¿Por qué tantas empresas carecen de una estrategia? ¿Por qué huyen los directivos de tomar decisiones estratégicas? o, después de haberlas tomado en el pasado, ¿por qué

11 **PORTER**, E. Michael, "Ser Competetivo", Ed. Deusto, S.A., Bilbao, 1999. Pág.52-53.

es tan frecuente que dejen que esas estrategias decaigan y se difuminen?

a) Volver a conectar la estrategia

La mayoría de las empresas deben su éxito inicial a una posición estratégica exclusiva que entrañaba una opción clara. Las actividades, entonces, estaban en consonancia con esa posición. El paso del tiempo sin embargo provocó concesiones que, al principio, eran casi imperceptibles. Mediante una serie de cambios progresivos que en su momento parecieron apropiados, muchas empresas establecidas han abandonado su posición, evolucionando hacia la homogeneización con sus rivales.

Aquí no nos estamos ocupando de las empresas cuya posición histórica ha dejado de ser viable; estas empresas se enfrentan al reto de empezar de nuevo, de la misma manera que haría una empresa recién creada. Lo que nos ocupa es un fenómeno mucho más habitual: el de la empresa establecida que tiene unos resultados mediocres y que carece de una estrategia clara. Mediante la incorporación progresiva de nuevas variedades de productos, el esfuerzo progresivo por atender a nuevos grupos de clientes y la imitación progresiva de las actividades de los rivales, la empresa pierde su clara posición competitiva. Lo más habitual es que la empresa haya ido copiando muchas de las ofertas y prácticas de sus competidores, y que haya tratado de atender a la mayoría de grupos de clientes.

Varias consideraciones pueden ayudar a la empresa a volver a conectar con la estrategia. La primera consiste en un análisis cuidadoso de lo que está haciendo en el presente. En la mayoría de las empresas establecidas hay un núcleo de singularidad. Viene definido por las respuestas que se den a las siguientes cuestiones:

- Cuáles de nuestras variedades de productos o servicios son más característicos
- Cuáles de nuestras variedades de productos o servicios son más rentables

- Cuáles de nuestros clientes están más satisfechos
- Qué clientes, canales u ocasiones de compra son más rentables
- Qué actividades de nuestra cadena de producción de valor son las más diferentes y eficaces

b) Sectores y tecnologías emergentes

Desarrollar una estrategia en un sector de reciente aparición o que está experimentando unos cambios tecnológicos revolucionarios es una tarea formidable. En estos casos, los directivos se enfrentan a un elevado nivel de incertidumbre acerca de las necesidades de los clientes, acerca de las necesidades de los clientes acerca de los productos y los servicios que más demanda van a tener acerca de la mejor configuración de actividades y tecnologías para ofrecerlos. A causa de esta incertidumbre, proliferan las imitaciones y las apuestas compensatorias: las empresas, que no quieren correr el riesgo de equivocarse o de quedar desclavadas, producen todas las variedades, ofrecen todos los servicios y exploran todas las tecnologías.

Durante estos períodos de desarrollo del sector, su frontera de productividad básica está pendiente de definición o redefinición. El crecimiento explosivo puede hacer que esta época sea rentable para muchas empresas, pero los beneficios serán temporales, porque la imitación y la convergencia estratégica acabarán destruyendo la rentabilidad del sector.

Las empresas que consigan un éxito duradero serán las que empiecen lo antes posible a definir una posición competitiva singular y traducirla en sus actividades. En los sectores emergentes pueden resultar inevitable atravesar por un período de imitación, pero ese período obedece a la incertidumbre, no es una situación que sea deseable por sí misma.

2.6.3. TRANSFORMACIÓN DE LA NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

Tras haber estudiado una amplia gama de sectores, hemos descubierto que la tecnología de la información está modificando las reglas de la competencia en tres aspectos distintos. En primer lugar, sus avances están transformando la estructura de los sectores. En segundo lugar, la tecnología de la información es un medio cada vez más importante para que las empresas puedan obtener ventaja competitiva.

Con frecuencia, además, la búsqueda de alguna ventaja competitiva por medio de dicha tecnología suele extenderse hasta afectar a la estructura del sector, al imitar los competidores al iniciador de las innovaciones estratégicas. Por último, la revolución de la información está generando negocios totalmente nuevos.

Estos tres factores son esenciales para comprender el efecto de la tecnología de la información en un sector particular y para formular las respuestas estratégicas adecuadas.⁽¹²⁾

12 PORTER, E Michael, "Ser Competitivo", Ed. Deusto, S.A., Bilbao, 1999. Pag. 71

2.6.4. LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES

De acuerdo a la visión de Porter, la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes.

En un mundo en que la competencia es cada vez más internacional, las naciones resultan más importantes y no menos. Como la base de la competencia se ha desplazado cada vez más hacia la creación y asimilación de conocimientos, ha aumentado la importancia del papel de la nación. La ventaja competitiva se crea y mantiene a través de un proceso muy localizado. Las diferencias de una nación en valores, cultura, estructuras económicas, instituciones e historia contribuyen todas ellas

al éxito competitivo. Existen diferencias sorprendentes en los patrones de competitividad en cada país; ninguna nación puede ni podrá ser competitiva en todos los sectores, ni siquiera en la mayoría de ellos; en definitiva, las naciones triunfan en sectores determinados debido a que el entorno nacional es el más progresivo, dinámico y estimulante.

Estas conclusiones, producto de un estudio del éxito competitivo que duro 4 años y fue realizado en 10 de las naciones más importantes del mundo. Sus conclusiones contradicen la sabiduría convencional que orienta el modo de pensar de muchas empresas y gobiernos nacionales, y que impregna hoy la vida en los Estados Unidos. Según el modo de pensar imperante, los costes de la mano de obra, los tipos de interés, los tipos de cambio y las economías de escala son los determinantes más potentes de la competitividad. En las empresas, las palabras del día son fusión, alianza, asociaciones estratégicas, colaboración y mundialización supranacional. Los directivos ejercen presión para conseguir mayor apoyo oficial para determinadas industrias.

Entre los gobernantes, existe una tendencia creciente a experimentar con varias políticas destinadas a promover la competitividad nacional - desde los esfuerzos por manejar los tipos de cambio hasta las nuevas medidas para manejar el comercio exterior, pasando por la política para mitigar las medidas antimonopolistas- que usualmente terminan socavándola.

Estos enfoques que ahora tienen mucha aceptación tanto por parte de las empresas como de los gobernantes, son defectuosos. Su error fundamental es no identificar acertadamente las verdaderas fuentes de la ventaja competitiva. Seguir dichos enfoques, con todo su atractivo a corto plazo, garantizará prácticamente que nunca los Estados Unidos ni ninguna otra nación avanzada- logran una ventaja competitiva real y sostenible.

Necesitamos una nueva perspectiva y nuevos instrumentos: un enfoque de la competitividad que surja directamente de un análisis de los sectores que han tenido

éxito internacional, independientemente de la ideología tradicional o de la moda intelectual actual. Simplemente, necesitamos saber qué es lo que da resultado y por qué. Luego necesitamos aplicarlo.(13)

2.6.5. COMPETITIVIDAD NACIONAL

En el mismo sentido, la competitividad nacional se ha convertido en una de las preocupaciones centrales de los gobiernos y las industrias de todas las naciones. A pesar de todas las discusiones y debates y de lo que se ha escrito sobre el tema, todavía no existe una teoría convincente que explique la competitividad nacional. Y lo que es más, no siquiera existe una definición aceptada de la palabra competitividad aplicada a cada nación. Aunque el concepto de empresa competitiva está claro, el de nación competitiva no lo está.

Algunos ven la competitividad nacional como un fenómeno macroeconómico, impulsado por variables tales como los tipos de cambio, los tipos de interés, y el déficit público. Pero Japón, Italia y Corea del Sur han disfrutado de unos niveles de vida rápidamente crecientes a pesar de su déficit presupuestario; También Alemania y Suiza, a pesar de unas monedas que se revalorizan; y así mismo, Italia y Corea, a pesar de sus altos tipos de interés.

Otros argumentan que la competitividad es función de una mano de obra barata y abundante. Pero Alemania, Suiza y Suecia han prosperado incluso con salarios altos y escasez de mano de obra. Además, ¿no debe una nación buscar unos salarios más altos para sus trabajadores como objetivo de la competitividad?

Otra opinión relaciona la competitividad con la abundancia de recursos naturales. Pero ¿cómo, entonces, puede uno explicar el éxito de Alemania, Japón, Suiza, Italia y Corea del Sur, que son países con recursos naturales limitados.

Una explicación final muy en boga de la competitividad nacional es la de las diferencias

en las prácticas de gestión, incluidas las relaciones dirección-trabajadores. Sin embargo, el problema en este caso es que diferentes sectores requieren diferentes enfoques de la dirección. Por ejemplo, las prácticas y modos de dirección que tienen éxito y que rigen las pequeñas empresas familiares italianas, poco estrictamente organizadas, del calzado, textiles, y la joyería producirían un desastre si se aplicaran a las empresas alemanas de productos químicos o del automóvil a los fabricantes suizos de productos farmacéuticos o a los productores norteamericanos de aviones. No es posible generalizar acerca de las relaciones dirección-trabajadores.

A pesar de la opinión comúnmente sustentada de que unos sindicatos poderosos socavan la ventaja competitiva, los sindicatos son fuertes en Alemania y Suecia, y ambos países alardean de empresas que destacan internacionalmente. (14)

2.6.6 LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Las empresas que han logrado la primicia internacional emplean estrategias que difieren en todos los aspectos. Pero, aunque cada empresa triunfadora emplea su propia estrategia particular, su modo fundamental de operar - el carácter y trayectoria de todas las empresas que tienen éxito- es fundamentalmente el mismo.

Las empresas logran ventaja competitiva mediante actos de innovación. Enfocan la innovación en su sentido más amplio, que comprende tanto nuevas tecnologías como nuevos modos de hacer las cosas. Encuentran una nueva forma de competir o mejores medios para competir al modo antiguo. La innovación puede manifestarse en el diseño de un nuevo producto, en un nuevo proceso de producción, en un nuevo método comercial, en un nuevo modo de llevar a cabo la formación y capacitación del personal. Buena parte de las innovaciones son banales y marginales, y dependen más de la acumulación de pequeñas intuiciones y progresos que den un gran logro tecnológico. A

menudo, implica ideas que ni siquiera son nuevas: ideas que estaban por ahí pero que nadie ha llevado adelante con tesón. Y siempre implican inversiones en destreza y conocimiento, así como en bienes físicos y en la reputación de la marca.

Algunas innovaciones crean ventaja competitiva porque captan una oportunidad de mercado totalmente nueva o sirven a un sector del mercado del que otros han hecho caso omiso. Cuando los competidores responden con lentitud, tal innovación proporciona ventaja competitiva. Por ejemplo, en sectores como el de los automóviles y el de la electrónica doméstica, las empresas japonesas ganaron ventaja inicial dedicándose a producir modelos más pequeños, más utilitarios y de menor capacidad, que los competidores extranjeros desdeñaban considerándolos menos provechosos, menos importantes y menos atractivos.

En los mercados internacionales, las innovaciones que proporcionan ventaja competitiva son las que se anticipan a las necesidades nacionales como extranjeras.

La información desempeña un gran papel en el proceso de innovación y mejora: información de la que no disponen los competidores o que no buscan. Algunas veces procede de la simple inversión en investigación y desarrollo o en investigación del mercado; con más frecuencia, procede del esfuerzo y de la apertura mental con que miran las cosas sin el estorbo de presupuestos ofusadores o de la sabiduría convencional.

Ese es el motivo de que los innovadores se origina a veces en una nueva empresa cuyo fundador tiene unos antecedentes no tradicionales o, simplemente, no fue apreciado en una empresa antigua y conocida. La capacidad de innovación puede llegarle a una empresa existente a través de unos directivos superiores recién llegados al sector y, por tanto, más capaces de percibir oportunidades y más decididos a explotarlas. La innovación puede también producirse cuando una empresa se diversifica, introduciendo nuevos recursos, destrezas o perspectivas en otro sector. Otras veces, las innovaciones proceden de otra nación con diferentes circunstancias o distintos modos de competir. Con pocas excepciones, la innovación es el resultado de un esfuerzo poco habitual. La

empresa que pone en práctica con éxito un modo de competir nuevo o mejor lo impulsa y pone en práctica con obstinada determinación, a menudo superando duras críticas y grandes obstáculos. En realidad, para tener éxito, la innovación suele requerir decisión, además de una situación de necesidad e incluso de adversidad: el temor de perder resulta a menudo más poderoso que la esperanza de ganar.

Una vez que una empresa logra la ventaja competitiva a través de una innovación, sólo puede mantenerla mediante una mejora continua. Casi todas las ventajas pueden imitarse. Las empresas coreanas han igualado ya la aptitud de sus rivales japoneses para producir en gran escala televisores y vídeos en color normales; las empresas brasileñas han reunido tecnologías y diseños comparables a los competidores italianos en el calzado informal de piel.

Los competidores sobrepasarán final e inevitablemente a cualquier empresa que deje de mejorar e innovar. Algunas veces, la ventaja inicialmente conseguida (relaciones con los clientes, economías de escala en las tecnologías existentes, lealtad de los canales de distribución) es suficiente para permitir a una empresa estancada mantener su posición durante años e incluso decenios. Pero, tarde o temprano, los rivales más dinámicos encontrarán un modo de innovar y mejorar más allá de estas ventajas o de crear un modo de hacer las cosas mejor o más económicas.

Los fabricantes italianos de electrodomésticos que, basándose en una ventaja de costos, compitieron con éxito en la venta de electrodomésticos de tamaño medio y pequeño a través de grandes cadenas minoristas, confiaron demasiado tiempo en esta ventaja inicial. Desarrollando productos más diferenciados y creando fuertes franquicias de marca, los competidores alemanes han empezado a ganar terreno.

En resumidas cuentas, el único modo de mantener una ventaja competitiva es mejorarla: pasar a tipos más perfeccionados. Esto es precisamente lo que han hecho los fabricantes japoneses de automóviles. Inicialmente, penetraron en los mercados con coches pequeños y baratos, de calidad suficiente, y compitieron basándose en sus bajos costes de mano de obra. Sin embargo, aun cuando su ventaja en el coste de

mano de obra persistía, las empresas japonesas fueron introduciendo mejoras.

Invirtieron activamente en la construcción de grandes fábricas modernas para aprovechar las economías de escala. Luego, se convirtieron en innovadores en la tecnología de fabricación, fueron los precursores de la producción "justo a tiempo" y muchos otros avances en relación con la calidad y la productividad.

Estas mejoras de los procesos dieron lugar a una calidad del producto, un historial de reparaciones y una satisfacción del cliente, mejores que los de los competidores extranjeros.

Más recientemente, los fabricantes de automóviles japoneses han avanzado hasta situarse en la vanguardia de la tecnología del producto y están introduciendo nuevas marcas de calidad excepcional para competir con los automóviles de turismo más prestigiosos del mundo. (15)

2.6.7. DETERMINANTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL

2.6.7.1. CONDICIONES DE LOS FACTORES

Situación de la nación en cuanto a los factores de producción, tales como la mano de obra especializada o la infraestructura, necesarios para competir en un sector determinado.

2.6.7.2. CONDICIONES DE LA DEMANDA

Naturaleza de la demanda del producto o servicio del sector en cuestión en el mercado interior.

15 PORTER, E. Michael, "Ser Competitivo", Ed. Deusto, S.A., 1999 Pag. 171-173.

2.6.7.3. SECTORES AFINES Y AUXILIARES

Presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y afines que sean internacionalmente competitivos.

2.6.7.4. ESTRATEGIA Y RIVALIDAD

Las condiciones en la nación que rigen el modo con que las empresas se crean, organizan y gestionan, así como la naturaleza de la competencia interna.(16)

CAPITULO III

3. COMERCIO INTERNACIONAL Y DESARROLLO

Es una constante histórica que las naciones con mayor economía se han caracterizado por un predominio militar y una supremacía en el comercio internacional, de ahí la importancia que tiene este último para el desarrollo económico de las economías nacionales.(18)

De ahí que resulta conveniente e importante que un país participe del comercio internacional, por las siguientes cuatro razones fundamentales.

- 1) Permite incrementar la cantidad y mejorar la calidad del consumo de la población en relación al que podría lograrse solamente con la producción y la tecnología domésticas:
- 2) Se aprovecha de manera óptima, las ventajas de la especialización:
- 3) Se facilita una más rápida difusión y aprendizaje del proceso de innovación tecnológica:

16 PORTER, E. Michael, "Ser Competitivo", Ed Deusto, S.A. 1999 Pag. 175.

18 UCULHAMA S. Peter, "Comercio Internacional y Desarrollo", Editorial STAMCA, La Paz-Bolivia, 1997, Pag. 279

- 4) Se puede crear y desarrollar estrategias para lograr un liderazgo competitivo.

Por eso existe también una estrecha relación entre la definición de una estrategia de desarrollo y otros objetos igualmente importantes como la estabilidad, el crecimiento sostenido o la disminución de la pobreza; pero sobre todo es importante lograr una participación competitiva en el comercio internacional, más aún en los tiempos actuales de globalización.

3.1. ENTORNO INTERNACIONAL

“La economía mundial en la década del noventa se caracteriza por presentar tendencias que apuntan a una mayor globalización de la producción y regionalización de los mercados. Esta situación es consecuencia de las intensas transformaciones tecnológicas, de un mayor predominio del mecanismo del mercado en el comercio mundial y la mayor apertura comercial y financiera.

En el área del comercio exterior, la creciente integración de las economías nacionales a la economía mundial sitúa a la competitividad como factor central que determina el lugar que ocupa un país en la división internacional del trabajo.

Los cambios en la competitividad y la especialización en el comercio internacional tienden a poner énfasis por un lado, en el comercio intraindustrial y por otro, en los cambios en la estructura de los mercados.

Los esfuerzos por lograr una mayor competitividad de los países están dirigidos a obtener una mejor posición en los mercados externos que tengan una demanda más dinámica.

La nueva división internacional del trabajo no se centra en la dotación de recursos naturales y factores de producción como principal criterio de especialización si no en el contenido tecnológico del producto, la intensidad del trabajo especializado y en los conocimientos necesarios para producir y comercializar.

3.2. EL ENTORNO NACIONAL

El modelo Económico vigente en el país a partir de 1985 ha producido un cambio radical en las relaciones entre la política económica y la comercial, en el pasado el Estado intervino fuertemente en el comercio exterior y en el manejo discriminatorio de algunos precios como el tipo de cambio, la tasa de interés, las tarifas aranceles y la tributación. La política económica actual plantea el principio de neutralidad y una mayor participación del sector privado en el comercio exterior. En este marco, no se otorgan tratamientos preferenciales a ningún sector productivo o de servicio y el sistema general de precios es aplicada en la economía en forma no discriminatoria, además se tiene como norma establecer un tipo de cambio real y flexible que evite la sobrevaluación de la moneda, local y permite el libre acceso a las divisas.

Por el lado, de las importaciones, se establece un arancel lineal y uniforme para la mayoría de los productos del universo arancelario, excepto para una lista de 100 productos considerados bienes de capital.

Para la compra de insumos y equipos del exterior que sirva para la producción de bienes transables, se estableció la suspensión de gravámenes a través del mecanismo de las zonas francas industriales establecido en 1991. Adicionalmente el principio de no exportar impuestos se aplicó en forma parcial al permitir solamente la devolución del impuesto al valor agregado (IVA), y no del impuesto a las transacciones ni del consumo específico.

En cuanto al marco institucional, la promoción de exportaciones en la actualidad está a cargo del Sistema Nacional de Comercio Exterior, constituido por el Consejo Nacional de Comercio Exterior, el Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones (INPEX) y los Agregados Comerciales.

Finalmente se estableció el sistema de supervisión del comercio exterior mediante las llamadas empresas verificadoras que certifican la calidad y el precio tanto de las exportaciones como de las importaciones.

3.3. ESTRATEGIA DE COMERCIO EXTERIOR

La Estrategia de Comercio Exterior se base en el aprovechamiento eficiente de las ventajas comparativas actuales del país buscando lograr en forma paulatina un cambio en el perfil de la estructura de exportaciones. El énfasis debe estar en lograr una mayor participación de las manufacturas basadas en recursos y en trabajo intensivo. Las importaciones a su vez deben guardar relación con el desarrollo de las exportaciones y deben responder a los lineamientos que guían la apertura de la economía.

La estrategia de comercio exterior debe estar sintonizada con los lineamientos del manejo de la balanza de pagos y las estrategias de endeudamiento externo e inversión privada extranjera. Asimismo debe complementarse con los lineamientos de las políticas de integración económica y regional. Ambas tienen como objetivo central lograr una mayor apertura de los mercados externos para nuestros productos.

El crecimiento de las exportaciones en parte depende del comportamiento del mercado mundial, pero también está en función de los niveles de inversión, especialmente privada.

Si bien las inversiones tienen el marco de fomento adecuado (Ley de inversiones, mecanismo de zonas francas, Régimen de Internación Temporal para las Exportaciones) (RITEX), etc.

El incremento de la oferta exportable y la ampliación de nuestros mercados requieren de estabilidad en las reglas del juego económico e institucional y de señales claras en el manejo macroeconómico. Esto significa mantener algunos precios claves en equilibrio (tipo de cambio, tasa de interés, tarifas impositivas y salarios) Hasta aquí el texto sobre la “Estrategia de Comercio Exterior”

3.4. LA PARTICIPACIÓN DE BOLIVIA EN LOS ORGANISMOS DE COMERCIO E INTEGRACIÓN.

Bolivia por su ubicación geográfica en el centro en continente sudamericano, participa en la mayoría de los mecanismos de integración y cooperación económica de la región, pero con mayor énfasis en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), en el Grupo Andino, y últimamente en el Mercado Común del Sur o MERCOSUR.

En 1980 ALADI concentraba el 35.7 por ciento de las exportaciones totales de Bolivia, en 1991, esta participación se incrementó al 50.7 % , por el lado de las importaciones ALADI proveía al 32.6 %, en 1980 y en 1981 el 46 %; para 1997, ALADI seguía encabezando las exportaciones bolivianas, seguido por la Comunidad Europea, en segundo lugar, el tratado de libre comercio (TLC), en tercer lugar, el MERCOSUR, en cuarto lugar, y en quinto lugar está la Asociación Europea de Libre Comercio.

3.5. INTEGRACIÓN Y ACUERDOS

3.5.1.ALADI

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es un organismo intergubernamental que, continuando el proceso iniciado por la ALALC en el año 1960, promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social, y tiene como objetivo final el establecimiento de un mercado común.

El Tratado de Montevideo 1980 (TM80), marco jurídico global constitutivo y regulador de ALADI, fue suscrito el 12 de agosto de 1980.

MIEMBROS

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

OBJETIVOS

Pluralismo en materia política y económica; convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano; flexibilidad; tratamientos diferenciales en base al nivel de desarrollo de los países miembros; y multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

TIPO DE ACUERDO

Grupo de Integración.

POBLACION

430 millones de habitantes

ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

- El Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores.
- La Conferencia de Evaluación y Convergencia
- El Comité de Representantes
- La Secretaría General.

3.5.2. ACUERDO DE COMPLEMENTACION ECONOMICA

BOLIVIA - MERCOSUR (ACE 36)

El Mercado Común del Sur fue creado el 26 de marzo de 1991 en Asunción y entró en vigencia el 29 de noviembre de ese año. El protocolo de Ouro Preto fue firmado el 17 de diciembre de 1994 y fijaba como fecha límite para la implementación del Arancel

Externo Común (AEC), el 1 de enero de 1995.

MIEMBROS

Argentina, Paraguay, Brasil y Uruguay. En calidad de Asociados están Bolivia y Chile.

POBLACION 20 millones de habitantes

ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

- Consejo del Mercado Común (órgano decisorio)
- Grupo Mercado Común (órgano ejecutivo)
- Comisión del Comercio (Solución de Controversias)
- Secretaría Administrativa
- Tribunal Arbitral
- Foro Consultivo, Económico y Social

OBJETIVOS

Constituir un mercado común entre Argentina, Paraguay, Brasil y Uruguay desde 1995.

TIPO DE ACUERDO

Grupo de Integración

3.5.2.1. O M S

a) Áreas principales del apoyo a países y regiones

En 2001 proporcionamos actividades de apoyo a 132 países, es decir, un 66% de los Estados Miembros de la OMS. Las áreas principales a las que se dirigió la asistencia fueron:

- Desarrollo de una política farmacéutica nacional: 84 países

- Regulación y garantía de calidad de medicinas: 65 países
- Uso racional de medicamentos por profesionales sanitarios: 62 países.
- El énfasis relativo varió de una región a otra:
- Región África: desarrollo de una política farmacéutica nacional y acceso a medicamentos
- Región Américas: información para la regulación de medicamentos
- Región Mediterráneo oriental: regulación de medicamentos y garantía de calidad
- Región Europa: mecanismos de financiación farmacéutica
- Región sureste asiático: uso racional de medicamentos por parte de los profesionales sanitarios
- Región Pacífico occidental: regulación de medicamentos y garantía de calidad

b) Medicamentos esenciales y políticas farmacéuticas:

Expansión de la base de evidencia farmacéutica

La Estrategia Farmacéutica de la OMS de 2000–2003 está enfocada a ayudar a los distintos países a mejorar el acceso a medicamentos asequibles de calidad garantizada y asegurar que esos medicamentos se utilicen con el máximo impacto sanitario.

Por lo tanto, la estrategia tiene como sus principales cuatro objetivos la política, el acceso, la calidad y la seguridad, y el uso racional de los medicamentos.

En 2001, concentramos nuestras actividades en la ampliación de la base de evidencia en cada una de estas cuatro áreas. Nuestro apoyo a los distintos países y regiones durante 2001 estuvo adaptado a las necesidades nacionales y regionales, incluía un énfasis considerable en la capacitación, con cursos y formación para profesionales sanitarios de todo el mundo. Los programas de formación con frecuencia se realizaron en colaboración con otras instituciones.

Paralelamente a las actividades regionales y nacionales, proporcionamos orientación sobre las nuevas iniciativas farmacéuticas más sobresalientes. Ejemplos de ello fueron el asesoramiento a la Unión Europea, y al Fondo Global para la Lucha contra la Tuberculosis, el SIDA y el Paludismo.

En la actualidad continuamos nuestro trabajo con la amplia red de las Naciones Unidas, organizaciones no gubernamentales (ONG) y fundaciones. En 2002, el principal énfasis se ha puesto en la financiación pública de medicinas y en mejorar la capacidad de los sistemas de suministro para facilitar medicamentos de calidad garantizada. Continuaremos asimismo nuestros esfuerzos por ampliar nuestra base de colaboradores para poder abordar con rapidez las cuestiones farmacéuticas, haciendo uso de todos los conocimientos disponibles a nivel global.

c) Política: creación de una visión común para actuar

Las políticas farmacéuticas nacionales (PFN) siguen siendo la manera más eficaz de asegurar que un país pueda responder a una amplia gama de necesidades farmacéuticas.

En 2001, Argentina, la República Dominicana, Panamá y Venezuela comenzaron el proceso de actualizar sus legislaciones farmacéuticas, una herramienta clave para la aplicación de las PFN, mientras que a nivel regional los países miembros de MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) desarrollaron una política farmacéutica regional común. Otros países, como Egipto, adoptaron oficialmente sus PFN, mientras que Marruecos y los Emiratos Árabes Unidos iniciaron el proceso de desarrollar una PFN. De modo similar, Omán y Pakistán trabajaron en la aplicación de sus PFN.

En Malasia, se celebró un taller nacional durante el que se discutió un proyecto de PFN, cuyo proceso de ratificación se previó para principios de 2002. De modo similar, Mongolia discutió su proyecto de PFN en una conferencia nacional sobre política

farmacéutica.

Pero la introducción de las PFN no ha tenido una eficacia homogénea, en parte debido a la rapidez con la que está cambiando la situación de la industria farmacéutica.

La globalización, el reagrupamiento y la redistribución de las industrias farmacéuticas nacionales e internacionales, las implicaciones políticas de cuestiones tales como el acceso a medicamentos contra el VIH/SIDA, la creciente amenaza de la resistencia microbiológica y el desarrollo de numerosas nuevas medicinas, se están combinando para complicar enormemente el desarrollo de respuestas a los problemas farmacéuticos.

3.5.3. ALCA

AREA DE LIBRE COMERCIO DE LAS AMERICAS – ALCA

Los esfuerzos para unir las economías del hemisferio occidental en un solo acuerdo de libre comercio comenzaron en la Cumbre de las Américas que tuvo lugar en Miami, en diciembre de 1994. Formalmente, se inician los Grupos de Negociación durante la segunda Cumbre de las Américas en Santiago de Chile en abril del año 1998.

MIEMBROS

Todos los países que integran las Américas.

POBLACION

783 millones de habitantes

OBJETIVOS

- Conformación del Area de Libre Comercio de las Américas, bajo los siguientes principios:
 - Las decisiones se adoptarán por consenso.
 - Las negociaciones estarán regidas por el principio de transparencia.

- El ALCA será congruente con las reglas y disciplinas de la OMC y se elaborará sobre la base de estas disciplinas cuando ello sea posible y pertinente.
- El ALCA constituirá un compromiso único (single-undertaking).
- El ALCA puede coexistir con otros acuerdos bilaterales y subregionales y los países pueden negociar o aceptar las obligaciones derivadas del ALCA en forma individual, o como miembros de grupos de integración subregionales.
- Se prestará particular atención a las necesidades de las economías más pequeñas.

TIPO DE ACUERDO

Grupo de Integración.

ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

Comité de Negociaciones Comerciales

Grupos de Negociación de Acceso a Mercados, Inversión, Servicios, Compras del Sector Público, Agricultura, Solución de Controversias, Derechos de Propiedad Intelectual, Subsidios, Antidumping y Derechos Compensatorios, Política de Competencia, Sociedad Civil, Economías más Pequeñas, Comercio Electrónico, Asuntos Institucionales.

CAPITULO IV.

4. DIAGNOSTICO FARMACEUTICO EN BOLIVIA

IMAGEN No: 2 PRODUCTOS FARMACEUTICOS



4.1. LA POLÍTICA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

La política de la industria farmacéutica fue definida como política de Estado recién en la década de los noventa, la cual está reflejada en la Ley del Medicamento No 1737, sancionada el 17 de diciembre de 1996, con su Decreto Supremo reglamentario No. 24672 de 21 de junio de 1997.

Estos documentos se constituyen no sólo en la norma legal vigente sino que responden

a los objetivos estratégicos de las políticas del Estado en relación a la industria farmacéutica definidas.

4.2. POLÍTICA NACIONAL DE MEDICAMENTOS

La Política Nacional del Medicamento del Estado Boliviano deberá cumplir objetivos como:

- Lograr el abastecimiento regular y permanente de medicamentos esenciales en el Sistema Nacional de Salud, destinados a cubrir los programas del Ministerio Nacional de Salud, especialmente deprimidas y para los grupos de riesgo. (Artículo 1 inc. c, Ley 1737).
- Establecer mecanismos normativos descentralizados para el control de la adquisición, suministro y dispensación de medicamentos y de precios de origen para medicamentos importados. (Artículo 1 inc. e, Ley 1737)
- En el marco de lo establecido por la Ley de Medicamento, a fin de lograr el desarrollo de la Política Nacional del Medicamento se establece el Programa Nacional de Medicamentos Esenciales de Bolivia (PNMEBOL “Programa Nacional de Medicamento Esenciales en Bolivia”) cuya finalidad, además de preservar el uso racional de los medicamentos, es la de atender las necesidades de la población de menores ingresos, a través del suministro oportuno de medicamentos esenciales, de buena calidad, de eficacia reconocida y de precios accesibles dando prioridad a la Industria Farmacéutica Nacional, en concordancia con el artículo 1 inciso d) de la ley 1737. (art. 1 D.S. 24672).
- El PNMEBOL se aplicará obligatoriamente en el Sistema Nacional de Salud. La Secretaría Nacional de Salud supervisa y coordina dicho Programa, con responsabilidades en el área normativa y técnica. (artículo 2 D.S. 24672)
- A fin de cumplir los objetivos de la Política de Medicamento ésta deberá

contemplar sólidamente una política farmacéutica en el marco de un servicio en beneficio de la población. (artículo 3 D.S. 24672)

4.2.1. CONTROL DE CALIDAD DE LOS MEDICAMENTOS

El Ministerio de Salud y Deportes, se encargará de que los medicamentos y/o especialidades farmacéuticas importadas o de elaboración nacional, sean periódicamente analizados y evaluados a fin de controlar su calidad, inocuidad y eficacia. (Artículo 11, Ley 1737)

Los medicamentos registrados en la Secretaría Nacional de Salud del Ministerio de Salud y Deportes, obtendrán el certificado de control de calidad en los laboratorios oficiales reconocidos por dicha Secretaría Nacional. (Artículo 13, Ley 1737).

Toda materia prima e insumo importado para la elaboración de medicamentos deberá estar acompañado de la correspondiente certificación de calidad emitida por el laboratorio de origen o del país exportador, con constancia de su autorización de fabricación y certificado de buenas prácticas de manufactura establecido por la Organización mundial de la Salud. (Artículo 15, ley 1737).

Las alteraciones y/o adulteraciones en la fórmula cualitativa o cuantitativa del medicamento registrado, responsabiliza en todos los casos al fabricante y/o importador.

Para fines exclusivamente de registro sanitario se constituye en laboratorio oficial, el Laboratorio de Control de Calidad de Medicamentos y Toxicología de la Secretaría Nacional de Salud exceptuando el control de calidad de reactivos y sustancias de diagnóstico, para cuyo caso se constituyen en entidades oficiales los laboratorios de referencia del Instituto Nacional de Laboratorios de salud, correspondientes. (Artículo 26, D.S. 24672)

A objeto de verificar el cumplimiento de las normas anteriores señaladas, la Secretaría Nacional de Salud establecerá el Sistema Nacional de Vigilancia y Control de aplicación

en establecimientos farmacéuticos, laboratorios industriales farmacéuticos, importadoras, distribuidoras y otros. (Artículo 28, D.S. 24672)

Asimismo al margen de la normatividad gubernamental sobre control de calidad, muchas empresas de la industria farmacéutica en Bolivia cuentan con instalaciones, maquinaria y equipos sofisticados para obtener su propio control de calidad de sus productos, en base a normas establecidas.

La calidad de los medicamentos que consume la población es responsabilidad de quienes la fabrican y es el Estado quien a nombre de la población, se encarga de vigilar y controlar a través de mecanismos legales, normativos, de inspección y vigilancia.

Garantizar la calidad es por lo tanto una responsabilidad compartida entre la industria y el Estado, en beneficio de la población.

La industria farmacéutica, a nivel mundial es una de las que más ha desarrollado sistemas y mecanismos destinados a garantizar la calidad de los medicamentos que se consumen, y ha sido pionera en los conceptos de calidad total desde hace varias décadas.

Uno de los mecanismos más eficaces y prácticos que se han desarrollado para el efecto, lo constituyen las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que no son otra cosa que normas definidas, producto de la experiencia, para asegurar que todos los productos de un determinado lote, hayan sido fabricados mediante un procedimiento estandarizado, cuidadosamente registrado y meticulosamente supervisado y controlado.

En el contexto de apertura y globalización de los mercados, Bolivia está obligada a colocar a su industria en condiciones que le permitan competir, en igualdad de condiciones, con cualquier país del mundo, por tal razón, estas normas se fundamentan en las propuestas planteada por la Organización Mundial de la Salud, las que han sido adoptadas por el Grupo Andino y el MERCOSUR, los dos procesos de integración

política, comercial y social, en los que nuestro país se encuentra inmerso. Constituye una medida de gran avance tecnológico y socio-sanitario al que la industria se ha comprometido, para así asegurar que en el futuro, todos los medicamentos que consume nuestra población, sean de calidad garantizada.

Todo sistema integral de garantía sobre la calidad de los productos farmacéuticos debe basarse no solo en un sistema confiable de procedimientos para autorizar el registro y la comercialización y en un análisis independiente del producto acabado, sino también en la seguridad lograda mediante una inspección independiente, de que todas las operaciones de fabricación que se realizan sean de conformidad con normas aceptadas, comúnmente conocidas como "Buenas Prácticas de Manufactura".

En 1969, la 22a. asamblea mundial de la Salud aprobó las normas recomendadas para la fabricación y la inspección de calidad de los medicamentos. Estas prácticas comprenden normas reconocidas y respetadas internacionalmente cuya opción y aplicación se recomienda a todos los países miembros, las cuales sirven de base para el sistema OMS de certificación de calidad de los productos farmacéuticos objeto del comercio internacional.

Las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son un instrumento administrativo en virtud del cual el estado se compromete, a petición de una parte interesada a certificar que, esta autorizada la venta o distribución del producto.

Las instalaciones industriales donde se fabrica el producto están sometidas a inspecciones regulares para comprobar si el fabricante se ajusta a las buenas prácticas de manufactura e inspección de la calidad.

Es así que se hace necesario que la Industria Farmacéutica Nacional elabore medicamentos, sujetándose a normas de BPM, las que facilitarán el control y garantía de la calidad de las mismas; dando seguridad y confiabilidad para su uso, administración, expendio y dispensación al paciente y a los profesionales de salud.

4.2.1.1. PROYECTO DE REQUISITOS REVISADOS PARA LAS BPM SE COMPONE DE TRES PARTES.

La Primera Parte, "Administración de la calidad en la industria farmacéutica: filosofía y elementos esenciales", esboza los conceptos generales de la garantía de la calidad, como también los principales componentes o subsistemas de las BPM, que son responsabilidades conjuntas de la administración principal y de la administración de la producción y del control de calidad. Entre éstos se incluyen higiene, comprobación, autoinspección, personal, instalaciones, equipos, materiales y documentación.

La Segunda Parte, "Buenas Prácticas en la Producción y el control de calidad", provee asesoramiento con respecto a las acciones que debe efectuar separadamente el personal de producción y el de control de calidad, para la puesta en práctica de los principios generales de garantía de la calidad.

La Tercera Parte, contiene dos pautas complementarias, pero no es una sección taxativa, pues se prevé la inclusión de otras pautas en el futuro, como por ejemplo las referentes a productos biológicos, materiales para ensayos clínicos, y comprobación.

Las estipulaciones incluidas en esta guía concuerdan totalmente con las normas antes mencionadas de la CEE y la CIF.

Otro parámetro de calidad son las Normas Farmacológicas que se actualizan de acuerdo a los avances tecnológicos existentes a nivel mundial a fin de ofrecer a la población medicamentos no esenciales ya sean mono-fármacos o poli-fármacos que permitan, la profilaxis, curación y eliminación de enfermedades, constituyéndose este el papel preponderante del Estado en materia de salud.

Asimismo en un esfuerzo conjunto, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, como

miembros de la Comunidad Andina con la cooperación de su Secretaria General, adoptaron la Decisión 516 que constituye la norma que regula el comercio de los productos cosméticos en la región, incluyendo en dicha Decisión normas con el objeto de asegurar que los productos cosméticos sean fabricados de manera uniforme y controlada, minimizando los riesgos inherentes al proceso de fabricación, estableciendo de esta manera, mecanismos comunes, eficaces y prácticos que garanticen la calidad de los cosméticos.

Es importante señalar que las Decisiones de la Comunidad andina constituyen normas jurídicas de aplicación en los diferentes países miembros sin necesidad de ser incorporadas en las legislaciones nacionales, debiendo considerarse que en caso de conflicto priman sobre normas nacionales.

Por otro lado si se quiere implantar un sistema de aseguramiento de calidad que permita a la empresa obtener beneficios que le den un valor agregado con respecto a la competencia, pero cabe hacer notar que los sistemas no tienen la capacidad por sí solos de asegurar el éxito comercial.

Por otro lado en el año 1987, se adopta en Europa, a través del CEN (Comité Europeo de Normalización), la serie de normas ISO 9000, como referencia para la certificación de calidad, su última revisión fue en 1994.

4.2.1.2. LA SERIE DE NORMAS ISO 9000

ISO 9000-1:94.- Gestión de calidad y aseguramiento de la calidad, Directrices para su selección y utilización.

ISO 9000-2:93.- Gestión de calidad y aseguramiento de la calidad, Guía para la utilización de las normas, UNE/EN/ISO-9001-9002-9003.

ISO 9000-3:91.- Gestión de calidad y aseguramiento de la calidad, Guía para la

	aplicación de la norma UNE/EN/ISO-9001.
ISO 9004.	Normas para la gestión de la calidad y elementos de un sistema de calidad, reglas generales.
ISO 9004-2.-	Gestión de calidad y elementos del sistema de calidad, guía para servicios.

La norma ISO 9000, y cualquier otra es un medio introspectivo para mejorar el estado de la empresa ya que se tiene la cultura y con esto la confianza para ver hacia el exterior, se vuelve una compañía que se vuelca hacia el exterior con sus clientes y hacia el mercado.

Por lo que para ayudar al empresario a diseñar su estrategia de implantación de los sistemas de aseguramiento de la calidad, la guía para implantar la norma ISO9000, menciona requisitos indispensables para obtener la normativa en la calidad:

- Compromiso y responsabilidad de la dirección administrativa de la empresa
- Sistema de calidad, diseñar, desarrollar, definir e implantar los manuales, sistemas y procedimientos que sean congruentes con la norma.
- Actividades de ventas para asegurar que se cumplen con las condiciones que acepta el cliente mediante un contrato.
- Control del diseño de productos y/o servicios
- Control de la documentación, interna de la empresa
- Control de las compras, el desarrollo y aseguramiento de sus proveedores.
- Control de los productos que se proporciona al cliente
- Identificación y rastreabilidad, de productos que salen al mercado
- Control de los procesos de producción, instalación y servicios.
- Inspección, verificación y pruebas, de los instrumentos, equipos y herramientas.
- Control de equipos de inspección, verificación y pruebas.
- Estado de inspección y pruebas
- Control del producto no conforme

- Acciones correctivas y preventivas.
- Manejo, almacenamiento, conservación, envase, empaque, embalaje y entrega.
- Registros internos de calidad
- Auditorias de calidad
- Capacitación y adiestramiento
- Servicio al cliente
- Técnicas estadísticas.

En este sentido cualquier empresa o industria farmacéutica puede incursionar en estas normas de calidad, concretamente en nuestro país y en el rubro farmacéutico algunas empresas cuentan con esta certificación.

4.2.2. INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Se denomina laboratorio industrial farmacéutico, al establecimiento donde se efectúa la elaboración, envase y empaque de los productos mencionados en el Art.2 de la ley 1737, basando su actividad en normas y procedimientos técnico - científicos comprobados, de acuerdo a las Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.) y Buenas Prácticas de Laboratorio (B.P.L.). (Artículo 18, ley 1737).

La instalación y funcionamiento de Laboratorios Industriales Farmacéuticos en el territorio nacional, estará sujeta a autorización de la Secretaría Nacional de Salud mediante Resolución expresa, luego de cumplidos los requisitos señalados para este fin. (Artículo 33, D.S. 24672)

El Art. 2 del Capítulo II de la Ley 1737, regula la fabricación, elaboración, importación, comercialización, control de calidad, registro, selección, adquisición, distribución, prescripción y dispensación de medicamentos de uso humano, así como de medicamentos especiales, como biológicos, vacunas, hemoderivados, alimentos de uso médico, cosméticos, productos odontológicos, dispositivos médicos, productos

homeopáticos, y productos medicinales naturales y tradicionales.

4.3. DIAGNOSTICO DE UNA INDUSTRIA FARMACEUTICA EN BOLIVIA

TECNOFARMA INTERNACIONAL S.A.

Nace al mercado boliviano el año 1989, pertenece a la agrupación Tecnofarma Internacional con sede en Buenos Aires Argentina

Agrupación de empresas que desarrollan actividades de promoción de productos farmacéuticos con fines comerciales, mediante la importación, exportación de materias primas y producción en:

ARGENTINA
BOLIVIA
BRASIL
CHILE
COLOMBIA
ECUADOR
GUATEMALA
MÉXICO
PARAGUAY
PERÚ
URUGUAY
VENEZUELA

Tecnofarma Internacional tiene más de 1000 empleados en 12 países, es la mayor fuente para fármacos oncológicos en América Latina, proporciona la mejor tecnología en moléculas de última generación, más de 10 de las principales empresas multinacionales, entre ellas las más avanzadas en biotecnología, aplican un alto estándar de control de calidad y producción.

CUADRO No. 1.- Tecnofarma Bolivia, FILIALES.

La Paz	<p>Oficina Central (donde se encuentra las Gerencias y la parte administrativa) Calle. Sánchez lima Nro, 2440, Teléfono: 2411602</p> <p>Almacén Central: (desde donde se abastece a todo el país) Ciudad La Paz. , Dirección: Alto Sopocachi Calle: Valentín Abecia Nro 2080, Teléfono: 2416190</p> <p>Almacén Filial La Paz Calle: Rosendo Gutiérrez Nro,593, Teléfono: 2415078</p>
Cochabamba	<p>Almacén Filial Cochabamba Av. Papa PAULO 1146, Teléfono: 4532493</p> <p>Distribuidora Sergon (Cochabamba) Calle Oruro 440, Teléfono 4257096</p>
Santa Cruz	<p>Almacén Filial Santa Cruz de la Sierra Av. Irala Nro 452 entre Americas y Chuquisaca, Teléfono: 3338643</p>
Oruro	<p>Almacén Oruro Calle Murgui Nro 443, Teléfono 5276061</p>
Potosí	<p>Distribuidora Corazón de Maria (Potosí) Calle sucre Nro 45-A, Tteléfono: 6223593</p>
Chuquisaca	<p>Almacén Filial Sucre Calle Kilómetro 7 Nro 242, Teléfono: 691284</p>
Tarija	<p>Almacén Filial Tarija Calle Alejandro del Carpio Nro. 443, Teléfono 6631554</p>
Beni	<p>Almacén Trinidad Plaza Ballivian Edificio Durán 3er piso, Teléfono 4624651</p>
Pando	

FUENTE: TECNOFARMA

4.3.1. TIPO DE EMPRESA

Tecnofarma internacional con sede en buenos aires argentina, agrupa empresas que desarrollan actividades de promoción de productos farmacéuticos con fines comerciales, mediante la importación, exportación de materias primas y producción

4.3.1.1. INDUSTRIA

Tecnofarma se encuentra en distintos países de Latinoamérica, dedicados al desarrollo e investigación de productos, con el fin de proporcionar fármacos de excelente calidad y de notable reconocimiento en el mercado

Cuentan con 5 plantas en 4 países, dedicadas a la fabricación de productos con el mejor sistema de control de calidad y producción especializada, con normas internacionales de seguridad.

IMAGEN No. 3

PRODUCCION DE FARMACOS

- MEXICO
- BRASIL
- PARAGUAY
- ARGENTINA



- Presencia privilegiada en los primeros lugares de los 12 países Latinoamericanos
- En una red de 400 millones de habitantes están inmersos en un mercado farmacéutico de 18 billones de Usd.
- Con su fuerza de ventas, Tecnofarma Internacional es capaz de cubrir, de forma efectiva, todas las especialidades médicas más importantes de Latinoamérica

- ONCOLOGÍA
- ENFERMEDADES INFECCIOSAS
- CARDIOLOGÍA
- GINECOLOGÍA
- UROLOGÍA
- MEDICINA CLÍNICA Y OTRAS ESPECIALIDADES

CUADRO No. 2. TOTAL DE PRODUCTOS QUE PRODUCEN Y COMERCIALIZAN POR PAIS

PAIS	CANT. DE PRODUCTOS	CANT. MUESTRAS MEDICAS
CENTRO AMERICA	44	
PERU	35	
COLOMBIA	22	
CHILE	47	
BOLIVIA	87	72
URUGUAY	21	
VENEZUELA	6	
MEXICO	3	
ECUADOR	50	26
REP. DOMINICANA	18	
PARAGUAY	179	132
TOTAL	742	230

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No. 3.-PRODUCCION DE PRINCIPIOS ACTIVOS

	PRINCIPIO ACTIVO	VALOR EN Usd..
1.	KETOROLAC TROMETAMINA	2.200.000
2.	DICLOFENAC SODICO	1.800.000
3.	FLUCONAZOL	1.500.000
4.	NORFLOXACINA + FENILAZOPIRIDINA	1.500.000
5.	MELOXICAM	1.200.000
6.	SIBUTRAMINA	1.200.000
7.	ONDANSETRON	1.150.000
8.	FLAVOXATO	1.000.000
9.	ZOLPIDEM	900.000
10	SILDENAFIL	900.000
.		
11	NIMODIPINA	850.000
.		
12	AMLODIPINA	850.000
.		
13	DICLOFENAC POTASICO	750.000
.		
14	DOXORRUBICINA	600.000
.		
15	OLANZAPINA	600.000
.		
	SUB TOTAL	17.000.000
	OTROS PRINCIPIOS ACTIVOS 110	9.000.000
	TOTAL GENERAL 125 principios activos	26.000.000

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No. 4.-PRODUCTOS FARMACOLOGICOS QUE SE ELABORAN EN BOLIVIA

PRODUCTO	MATERIA PRIMA	PRESENTACION
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	KETOCONAZOL	VENTA
LERTUS 12,5 MG X 5 SUPOS	DICLOFENAC SODICO	VENTA
LERTUS 100MG X 5 SUPOS	DICLOFENAC SODICO	VENTA
LERTUS 12,5 MG X 5 SUPOS	DICLOFENAC SODICO	M.M.

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No. 5.-PRODUCCION DE FARMACOS EN VALORES Y UNIDADES - TECNOFARMA

PRODUCTO	VALORES (En miles de Dolares)					UNIDADES				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
LERTUS 12,5 MG X 5 SUP producto para venta	13.070.72	7.548.84	8.954.92	10.821.2	8.524.36	25.136	14.517	17.221	20.810	16.393
LERTUS 12,5 MG X 2 SUP muestra médica	6.688.44	3.947.4	972	6.795	1.440	18.579	10.965	2.700	18.875	4.000
LERTUS 50 MG X 5 SUP producto para venta	3.755.92	2.202.48	3.120.88	0	0	6.707	3.933	5.573	0	0
LERTUS 50 MG X 2 SUP muestra médica	7.981.92	4.656.24	3.625.2	0	0	22.172	12.934	10.070	0	0
LERTUS 100 MG X 5 SUP producto para venta	2.136	2.058.57	2.431.48	3.378.44	3.560	2.400	2.313	2.732	3.796	4.000
LERTUS 100 MG X 2 SUP muestra médica	348.672	0	0	3.254.635	0	960	0	0	8.961	0
TRUCTUM 400 MG X 6 OVULOS solamente para exportacion	3.463.32	4.761.12	0	3759	1.172.64	4.123	5.668	0	4.475	1.396
TRUCTUM 400 MG X 2 OVULOS muestra médica	2.491.552	3.812.147	1.089.6	3.120.978	5.44.8	6.860	10.496	3.000	8.593	1.500
TRUCTUM 400 MG X 3 OVULOS producto para venta	4.649.82	10.896.48	6.951.84	8.568	18.201.96	11.071	25.944	16.552	20.400	43.338
TOTAL	44.586.36	39.883.28	27.145.92	39.697.25	33.443.76	98.008	86.770	57.848	85.910	70.627

FUENTE: ELABORACION PROPIA, EN BASE A DATOS DE TECNOFARMA

GRAFICO No. 1.- VENTA DE FARMACOS TECNOFARMA EN VALORES

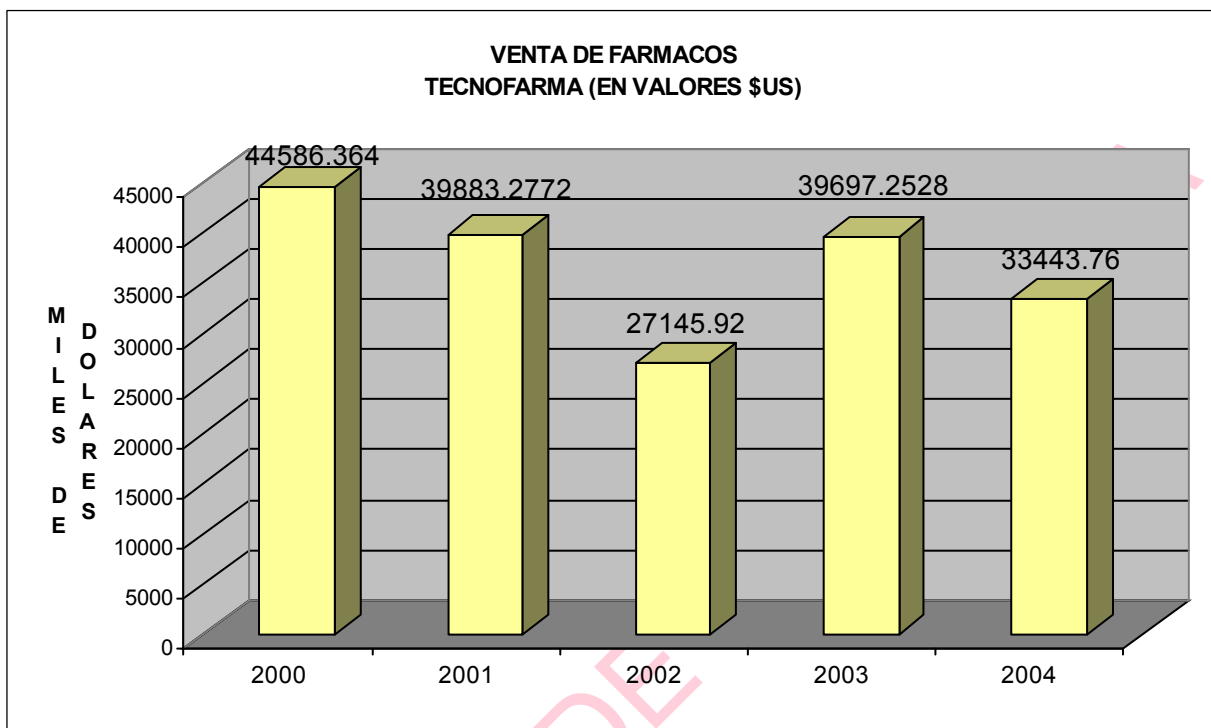
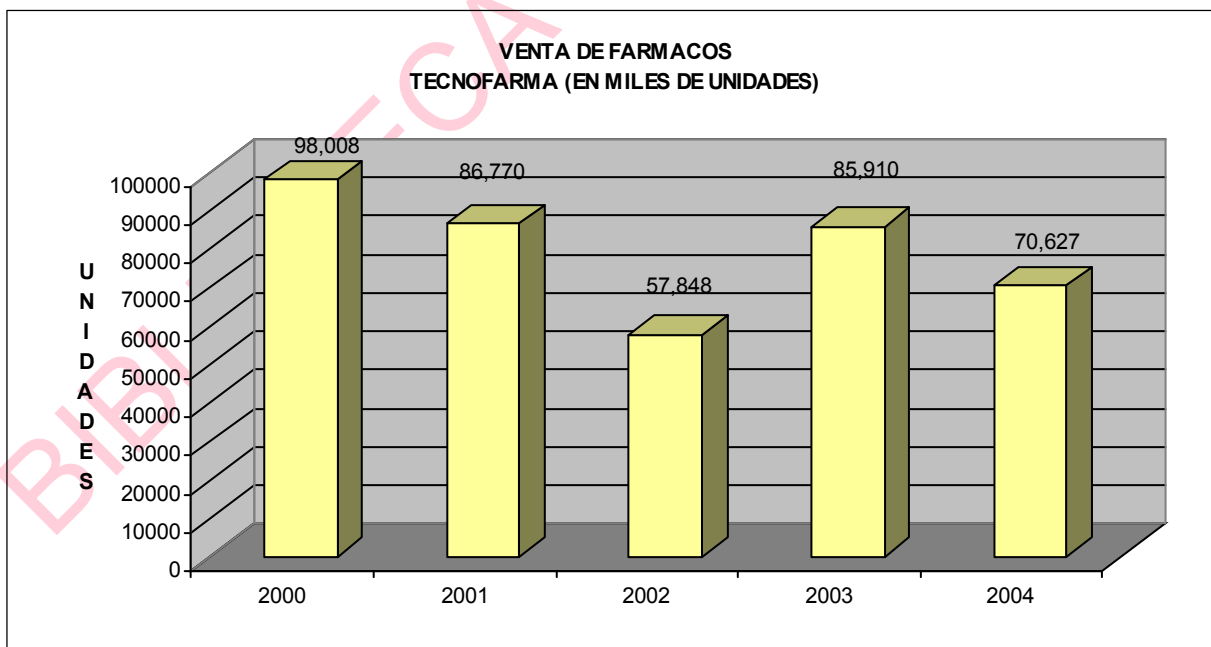


GRAFICO No.2.- VENTA DE FARMACOS TECNOFARMA EN UNIDADES



FUENTE: TECNOFARMA

4.3.1.1.- COSTOS DE PRODUCCION

CUADRO No. 6.-COSTOS UNITARIOS DE FABRICACION (Tructum ovulos * 3 (EXP)

DETALLE	COSTO UNITARIO EN Bs.
COSTO DE FABRICACION TERBOL: TRUCTUM OVULOS * 3 (EXP)	0.42013
MATERIA PRIMA: KETOCONAZOL	0.13406
ESTUCHES TRUCTUM 400 MG * 3 OVULOS (PTE)	0.06690
POSOLOGIAS TRUCTUM OVULOS (ECUADOR)	0.00435
EXCIPIENTES: BOLSAS	0.00400
EXCIPIENTES: GUANTES * 1 UNIDAD	0.02800
TOTAL PRECIO UNITARIO	0.66

CUADRO No. 7.-COSTOS UNITARIOS DE FABRICACION (Lertus 12.5 MG * 5 (SUP)

DETALLE	COSTO UNITARIO EN Bs.
COSTO DE FABRICACION TERBOL: LERTUS 12.5 MG * 5 (SUP)	0.45253
MATERIA PRIMA: DICLOFENAC SODICO	0.00598
ESTUCHES LERTUS 12.5 MG * 5 SUP	0.07800
POSOLOGIAS LERTUS 12.5 MG	0.00435
TOTAL PRECIO UNITARIO	0.54

CUADRO No. 8.-COSTOS UNITARIOS DE FABRICACION (Lertus 100 MG * 5 (SUP)

DETALLE	COSTO UNITARIO EN Bs.
COSTO DE FABRICACION TERBOL: LERTUS 100 MG. * 5 (SUP)	0.77419
MATERIA PRIMA: DICLOFENAC SODICO	0.04787
ESTUCHES LERTUS 100 MG.* 5 SUP.	0.08000
POSOLOGIAS LERTUS	0.00522
TOTAL PRECIO UNITARIO	0.91

CUADRO No. 9.-COSTOS UNITARIOS DE FABRICACION (Lertus 12.5 MG * 2 (SUP)

DETALLE	COSTO UNITARIO EN Bs.
COSTO DE FABRICACION TERBOL: LERTUS 12.5 MG * 2 (SUP)	0.31307
MATERIA PRIMA: DICLOFENAC SODICO	0.00239
ESTUCHES LERTUS 12.5 MG * 2 SUP	0.05828
POSOLOGIAS LERTUS 12.5 MG	0.00435
TOTAL PRECIO UNITARIO	0.38

FUENTE: TECNOFARMA

4.3.1.1.2. DISTRIBUCION DE PRODUCTOS.-

- Se recibe por importación todos los productos, en los Almacenes de Abastecimiento.
- Se distribuye a todas las Filiales del país, de acuerdo a solicitud de cada uno de ellos, basándose en el trimestre anterior de ventas.
- Las Filiales distribuyen a las cadenas de farmacias que existen y a las farmacias independientes.
- Las Filiales pueden hacer ventas directas a Instituciones de Salud, cuando así lo requieres éstas últimas.

4.3.1.1.3. BONIFICACION.-

Esta se da por los siguientes motivos:

- Para que el consumidor de escasos recursos pueda tener acceso a los mismos.
- Para que el producto bonificado pueda abarcar el mercado a nivel nacional.
- Debido a que alguna empresa de la competencia lance al mercado un producto similar y se trata de cerrar el mercado a este ultimo con el costo bajo de precio, ante el producto lanzado por la competencia.
- Debido a que el producto tenga una corta fecha de vencimiento, etc.

CUADRO No. 10.- PRODUCTOS FARMACOLOGICOS QUE SE COMERCIALIZAN EN BOLIVIA - LINEA ONCOLOGICA (Precios en Dólares Americanos)

PRODUCTO	PRINCIPIO ACTIVO	PRESENTACION				PRECIO UNIT.
AZATIOPRINA	AZATIOPRINA	50 MG	X	100	COMP.	40.34
BLEOMICINA SULFATO ®	BLEOMICINA	15 MG	X	1	AMP	85.80
CARBOPLATINO	CARBOPLATINO (I.L.)	150 MG	X	1	AMP	64.30
CARBOPLATINO	CARBOPLATINO (I.L.)	450 MG	X	1	AMP	172.70
CARDIOXANE	DEXRAZOXANE (I.L.)	500 MG	X	1	AMP	154.80
CICLIFEN	CICLOFOSFAMIDA (I.L.)	1 GR	X	1	AMP	12.00
CICLOFOSFAMIDA	CICLOFOSFAMIDA	50 MG	X	100	COMP	46.50
CITARABINA	CITARABINA	100 MG	X	1	LIOF.	6.80
CITARABINA	CITARABINA	500 MG	X	1	LIOF.	20.50
DECAPEPTYL	TRIPTORELINA (I.L.)	3,75 MG	X	1	LIOF	220.30
DOXORUBICINA	DOXORUBICINA CLORHIDRATO (I.L.)	10 MG	X	1	LIOF.	20.30
DOXORUBICINA	DOXORUBICINA CLORHIDRATO (I.L.)	50 MG	X	1	LIOF.	37.00

ETACONIL	FLUTAMIDA	250 MG	X	30	COMP.	29.80
ETACONIL	FLUTAMIDA	250 MG	X	90	COMP.	58.00
ETOPOSIDO	ETOPOSIDO	100 MG	X	1	AMP	25.10
FLUOROURACILO (NR)	5-FLUOROURACILO	500 MG	X	1	AMP	7.20
FLUOROURACILO (NR)	5-FLUOROURACILO	500 MG	X	10	AMP	32.20
IFOS ®	IFOSFAMIDA (I.L.)	1 GR	X	1	AMP	73.30
LEUCOVORINA	FOLINATO DE CALCIO (I.L.)	50 MG	X	1	AMP	13.60
LINATECAN	IRINOTECAN	100 MG	X	1	AMP	237.30
MESNIL	MESNA	400 MG	X	1	AMP	6.20
MESNIL	MESNA	400 MG	X	5	AMP	26.20
METASONE	ONDANSETRON	4 MG	X	1	AMP	4.80
METASONE	ONDANSETRON	8 MG	X	1	AMP	6.50
METOTREXATO	METOTREXATO	2,5 MG	X	100	COMP.	48.00
METOTREXATO	METOTREXATO	50 MG	X	1	AMP	7.70
METOTREXATO	METOTREXATO	500 MG	X	1	AMP	66.50
MITOMICINA	MITOMICINA (I.L.)	20 MG	X	1	AMP	44.10
MITOXANTRONA	CLORHIDRATO DE MITOXANTRONA	20 MG	X	1	AMP	102.40
NEOLUTIN	SULFATO DE VINCISTINA	1 MG	X	1	AMP	7.10
O-PLAT	OXALIPLATINO (I.L.)	50 MG	X	1	AMP	95.00
O-PLAT	OXALIPLATINO (I.L.)	100 MG	X	1	AMP	170.00
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	10 MG	X	30	COMP	45.24
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	10 MG	X	100	COMP	127.38
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	20 MG	X	30	COMP	67.85
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	20 MG	X	100	COMP	191.66
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	40 MG	X	30	COMP	101.82
OXYCONTIN	OXICODONA DE LIBERACION CONTROLADA	40 MG	X	100	COMP	288.00
OXYRAPID	OXICODONA DE LIBERACION RAPIDA	5 MG	X	100	CAPS.	71.00
PAREXEL (R)	PACLITAXEL	30 MG	X	5	FCOS.	337.50
PAREXEL (R)	PACLITAXEL	30 MG	X	1	FCOS.	67.50
PLATINUM	CISPLATINO	10 MG	X	1	AMP	6.50
PLATINUM	CISPLATINO	50 MG	X	1	AMP	14.50
PROLEUKIN	INTERLEUKINA - 2 (I.L.)	1 MG	X	1	AMP	357.20
RIPTAN	MITOMICINA	20 MG	X	1	AMP	102.40
TAVOR	FLUCONAZOL	200 MG	X	1	AMP	26.20
TAXUS	TAMOXIFENO	10 MG	X	30	COMP.	8.50
TAXUS	TAMOXIFENO	20 MG	X	30	COMP.	14.50
TECNOVORIN	FOLINATO DE CALCIO	15 MG	X	10	COMP	23.90
TOPOTECAN	TOPOTECAN (I.L.)	4 MG	X	1	AMP	77.00
TROZOLET	ANASTROZOL	1 MG	X	28	COMP	83.00

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No: 11.- PRODUCTOS FARMACOLOGICOS QUE SE COMERCIALIZAN EN BOLIVIA - LINEA ETICA (Precios en Bolivianos)

PRODUCTO	PRINCIPIO ACTIVO	PRESENTACION				PRECIO UNIT.
ANSIETIL	KETAZOLAM	30 MG	X	60	COMP.	88.60
AZITROM	AZITROMICINA	1 GR	X	1	COMP.	72.00
AZITROM	AZITROMICINA	500 MG	X	5	COMP.	142.00
AZITROM SUSPENSION	AZITROMICINA	1200 MG	X	30	ML	145.00
BLADURIL	FLAVOXATO	200 MG	X	20	COMP.	85.00
CRITEN	BROMOCRIPTINA	5 MG	X	30	COMP.	150.00
CRITEN	BROMOCRIPTINA	2,5 MG	X	30	COMP.	85.00
CURAFLEX	SULFATO DE GLUCOSAMINA	1.5 G	X	30	SOBRE	192.00
CURAFLEX	SULFATO DE GLUCOSAMINA	400 MG	X	6	AMP	55.00
DINAFLEX	KETOPROFENO	100 MG	X	10	COMP	42.00
DINAFLEX	KETOPROFENO	100 MG	X	5	AMP	60.00
DINAFLEX	KETOPROFENO	200 mg	X	20	COMP	85.00
DINAFLEX GEL	KETOPROFENO	30 GR	X	1	TBO	38.00
DINAFLEX	KETOPROFENO	50 MG	X	20	CAPS	44.00
DINAFLEX	KETOPROFENO	100 MG	X	5	SUP	49.76
DINAFLEX EV LIOF	KETOPROFENO	100 MG	X	1	AMP	16.70
DOLGENAL	KETOROLACO TROMETAMINA	10 MG	X	30	COMP.	72.50
DOLGENAL	KETOROLACO TROMETAMINA	30 MG	X	3	AMP	40.00
DOLGENAL	KETOROLACO TROMETAMINA	60 MG	X	3	AMP	57.00
DOLGENAL	KETOROLACO TROMETAMINA	20 MG	X	200	COMP.	850.00
DOLGENAL	KETOROLACO TROMETAMINA	20 MG	X	30	COMP.	139.00
DOLGENAL RAPID	KETOROLACO TROMETAMINA	10 MG	X	10	COMP	35.00
DOMINIUM	FLUXETINA	20MG	X	30	COMP	78.00
DOMPER	DOMPERIDONA	10 MG	X	30	COMP	45.00
DOMPER DIGEST	DOMPERIDONA, DIMETILPOLISILOXANO, PANCREATINA		X	100	COMP.	156.00
DOMPER DIGEST	DOMPERIDONA, DIMETILPOLISILOXANO, PANCREATINA		X	500	COMP.	580.00
DOMPER GOTAS	DOMPERIDONA	1 FCO.	X	30	ML	45.00
DOMPER GTS AG	DOMPERIDONA, DIMETILPOLISILOXANO	1 FCO.	X	30	ML	48.00
DOMPER INFANT	DOMPERIDONA	10 MG	X	6	AMP	69.00
DOMPER INFANT	DOMPERIDONA	4 MG	X	6	AMP	60.00
ETEC 1000	VITAMINA E	1 G	X	30	CPS	92.00
FLODIN	ROXITROMICINA	150 MG	X	16	COMP.	164.00
FLODIN	ROXITROMICINA	300 MG	X	8	COMP.	139.00
FLOGENE	DICLOFENAC POTASICO	50 MG	X	100	COMP	214.00
FLOGENE	DICLOFENAC POTASICO	50 MG	X	500	COMP	810.00
FLOGENE	DICLOFENAC POTASICO	75 MG	X	5	AMP	49.50
FLOGENE D	DICLOFENAC LIBRE	50 MG	X	20	COMP	60.00
FLOGENE GEL	DICLOFENAC DIETILAMINA	30 MG	X	1	TBO	33.00

FLOGENE GTS	DICLOFENAC RESINATO	20 ML	X	1	FCO	33.00
FLOGENE RELAX	DICLOFENAC POTASICO-CARISOPRODOL		X	20	COMP.	65.00
FLOGENE RETARD	DICLOFENAC POTASICO	100 MG	X	30	COMP	92.00
FLOGENE SR 75 MG	DICLOFENAC POTASICO	75 MG	X	30	COMP.	70.00
FLUXUS	FLUNARIZINA	10 MG	X	60	COMP.	85.00
IRRIGOR	NIMODIPINA	10 MG	X	1	AMP	106.00
IRRIGOR	NIMODIPINA	30 MG	X	30	COMP	66.50
IRRIGOR	NIMODIPINA	30 MG	X	100	COMP	200.00
IRRIGOR FORTE	NIMODIPINA	60 MG	X	30	COMP	104.50
IRRIGOR PLUS	NIMODIPINA-CITICOLINA		X	30	COMP	140.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	75 MG	X	5	AMP	36.50
LERTUS S.R.	DICLOFENAC SODICO	75 MG	X	30	COMP.	60.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	100 MG	X	5	SUP	40.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	12,5 MG	X	5	SUP	22.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	50 MG	X	5	SUP	30.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	25 MG	X	100	COMP	150.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	50 MG	X	100	COMP	150.00
LERTUS	DICLOFENAC SODICO	50 MG	X	500	COMP	564.00
LERTUS B1 B6 B12	DICLOFENAC SODICO		X	30	COMP.	99.00
LERTUS DISP. INFANTIL	DICLOFENAC SODICO	25 MG	X	20	COMP	45.00
LERTUS D.D.	DICLOFENAC ACIDO	50 MG	X	20	COMP	57.50
LERTUS FORTE	DICLOFENAC SODICO-CODEINA		X	10	COMP	36.00
LERTUS GEL	DICLOFENAC DIETILAMINA	30 MG	X	1	TBO	30.00
LERTUS GTS	DICLOFENAC RESINATO	20 ML	X	1	FCO	40.20
LERTUS MD	DICLOFENAC SODICO	750 MG	X	1	SOLUC	71.00
LERTUS RETARD	DICLOFENAC SODICO	100 MG	X	30	COMP	94.00
LIPIFEN	ATORVASTATINA	10 MG	X	14	COMP	78.00
LIPIFEN	ATORVASTATINA	20 MG	X	14	COMP	133.00
MACROCILINA	LEVOFLOXACINA	500 MG	X	7	COMP	128.60
MAGNATIL	MAGNESIO-VITAMINA C		X	14	TABL.	60.00
NAPICIL	IDEBENONA	30 MG	X	30	COMP	140.00
NASTERIL	FINASTERIDE	5 MG	X	30	COMP.	172.00
NIMUS RETARD	BEZAFIBRATO	400 MG	X	30	COMP.	165.00
NOLOTEN	AMLODIPINA	5 MG	X	30	COMP.	98.00
NOLOTEN	AMLODIPINA	10 MG	X	30	COMP.	171.00
OTOQUIN	OFLOXACINA	0.3%	0	10	ML	40.00
PRELERTAN	LOSARTAN MONOPOTASICO	50 MG	X	30	COMP.	160.00
PROLERTUS	DICLOFENAC-COLESTIRAMINA	140 MG	X	20	CAPS	73.00
REFLUCIL	MOSAPRIDA	2,5 MG	X	30	COMP	52.10
REFLUCIL	MOSAPRIDA	5 MG	X	30	COMP	69.40
REGENTAL	MULTIVITAMINICO		X	100	CPS	214.00
REGENTAL	MULTIVITAMINICO		X	500	CPS	856.00
REGENTAL E	MULTIVITAMINICO		X	30	CPS	90.00

REGENTAL PRE NATAL	MULTIVITAMINICO NATAL		X	30	CPS	60.00
REPENTIL	SIBUTRAMINA	10 MG	X	30	CAPS	90.65
REPENTIL	SIBUTRAMINA	15 MG	X	30	CAPS	126.00
REVIL NF	LISINA+MULTIVITAMINAS	100 ML	X	1	FCO.	65.00
RIGIX	SILDENAFIL	50 MG	X	10	COMP	310.00
SIMVASTOL	SIMVASTATINA	10 MG	X	30	COMP.	165.00
SIMVASTOL	SIMVASTATINA	20 MG	X	30	COMP.	255.00
SUPRACAM	MELOXICAM	15 MG	X	3	AMP	43.50
SUPRACAM	MELOXICAM	15 MG	X	30	COMP.	165.00
SUPRACAM	MELOXICAM	7,5 MG	X	10	COMP.	45.00
TAVOR	FLUCONAZOL	50 MG	X	14	CAPS.	121.00
TAVOR	FLUCONAZOL	150 MG	X	4	CAPS.	133.50
TAVOR	FLUCONAZOL	100 MG	X	20	CAPS	192.00
TAVOR	FLUCONAZOL	200 MG	X	10	CAPS	199.00
TAVOR Y SECNIDAZOL	FLUCONAZOL-SECNIDAZOL	150 MG	X		500 MG	77.00
TENSONIL	NITRENDIPINO	10 MG	X	30	COMP.	55.00
TENSONIL	NITRENDIPINO	20 MG	X	30	COMP.	84.00
TIALGIN	PARACETAMOL	1 G	X	20	COMP	51.30
TIM	ASTEMIZOL	10 MG	X	30	COMP.	71.50
TIM SUSP	ASTEMIZOL	30 ML	X	1	FCO	32.50
TRUCTUM	KETOCONAZOL	200 MG	X	10	COMP	53.00

FUENTE: TECNOFARMA

4.3.1.2. IMPORTACIONES

Tecnofarma Internacional produce en sus 5 plantas alrededor de 125 principios activos, de los cuales nacen alrededor de 742 productos fabricados.

4.3.1.2.1. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LA IMPORTACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS:

- I.- Factura de Exportación (donde se detallan los ítems con sus precios unitarios, la procedencia del producto y el origen del producto)
- II.- Lista de Empaque (donde se detalla cada todos los ítems con la numeración de

- cajas, Nros de lotes y fechas de vencimiento)
- III.- Certificado de Seguro
 - IV.- Certificado de Origen (si corresponde)
 - V.- Certificados de Análisis de todos los productos detallados en la Factura de Exportación.
 - VI.- Guía Aérea (donde se detalla la procedencia del país exportador, el importador, Nro de Bultos, Peso Bruto y el Costo del Transporte desde origen a destino final)
 - VII.- Despacho Aduanero (extendido por el Ministerio de Salud y Deportes, previa presentación de: Factura de Exportación, Lista de Empaque y Certificados de Análisis)

NOTA.- Se debe aclarar que para la nacionalización de la mercadería, es obligatorio y necesario realizar con una Agencia Despachante de aduanas, quienes son los que realizan todo el tramite correspondiente, supervisados por la Aduana Nacional.

Los Despachantes de aduana son responsables de la correcta aplicación de la normativa aduanera en los actos y procedimientos aduaneros en los que intervengan.

CUADRO No: 12.- GASTOS QUE SE INCURREN POR IMPORTACION DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS HACIA BOLIVIA: (EJEMPLO)

Valor FOB: Usd 12.277,09	Valor CIF: Usd.12.512,18	Tipo de Cambio 7,94
I.-Gravamen Arancelario.-	(GA) 10% / CIF 2% CIF	3753,00

El pago del IVA es del 13% y para fines de cálculo se toma en cuenta la tasa Nominal del 14,94% sobre la base imponible para todas las importaciones que ingresen al territorio nacional. * La Base Imponible para el pago del IVA e ICE, esta conformada por el valor CIF frontera ó CIF aduana, más el Gravamen Arancelario y otras erogaciones no facturadas necesarias para el Despacho.	II.-(IVA) 13 % CIF + GA 14,94 %	15.436,00
IV.-Almacenera Albo S.A.-Aeropuerto El Alto	+ Manipuleo + Carguío 0,5% / FOB	645,50
V.-Impuesto Global		36,00
VI.-Cámara Nacional de Comercio:	Valor CIF* 0,00357	355,00
VII.-ASOFAR:	Valor CIF * 1% / 0,87	1.143,00
VIII.-GASTOS DE DESPACHO:	(Viajicos y refrigerio fotocopias efectuadas por el Despachante de Aduanas)	360,00
IX.-COMISION AGENCIA DESPACHANTE DE ADUANAS	La comisión que se cancela es según el tarifario que emite la Cámara Nacional de Despachantes a) Serv. Logístico Tarifa topo 0.45 % del valor CIF b) Serv. Almacenaje De 1 – 5 dias libre 15 dias 0.09 Sus kg c) Seguro Almacenam periodo de 30 dias 0.1 del valor CIF.	2.358,00
SEGURO	Cuando la operación de transporte se realice sin seguro, se presumira en concepto de la prima el importe equivalente al 2% del Valor FOB.	34,98
TOTAL IMPORTACION	VOLUMEN Kg. 427 - 19 bultos	Usd.24.086,50

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No: 13.- RESUMEN DE IMPORTACIONES POR AÑOS Y PROVEEDOR - AÑO 2002
(En unidades y Valores Usd.)

PROVEEDOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AMEDRUGS	6,016.63	21,650.00	250.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27,916.63
ASOFARMA	5,976.97	68,000.87	21,830.79	52,792.49	42,621.98	65,242.93	63,807.85	78,149.03	84,295.11	72,970.38	51,728.50	46,106.74	653,523.64
CHILE	3,655.00	0.00	4,210.16	-	-	6,240.00	4,752.00	1,680.00	5,792.00	0.00	0.00	6,832.00	33,161.16
PARAGUAY	149,772.44	121,672.92	111,496.97	98,889.50	134,189.12	45,520.65	136,892.15	129,630.05	178,883.26	142,229.24	103,586.60	19,134.21	1,371,897.11
DILLFORD	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ITALQUIMICA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
WHEATON	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PROENFAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UNIDADES	149128	298443	174557	595778		214987	405279	458236	358183	216678	2597241	270460	5738970
TOTAL	165,421.04	211,323.79	137,787.92	151,681.99	176,811.10	117,003.58	205,452.00	209,459.08	268,970.37	215,199.62	155,315.10	72,072.95	2,086,498.54

CUADRO No: 14.- RESUMEN DE IMPORTACIONES AÑO 2003
(En unidades y Valores Usd.)

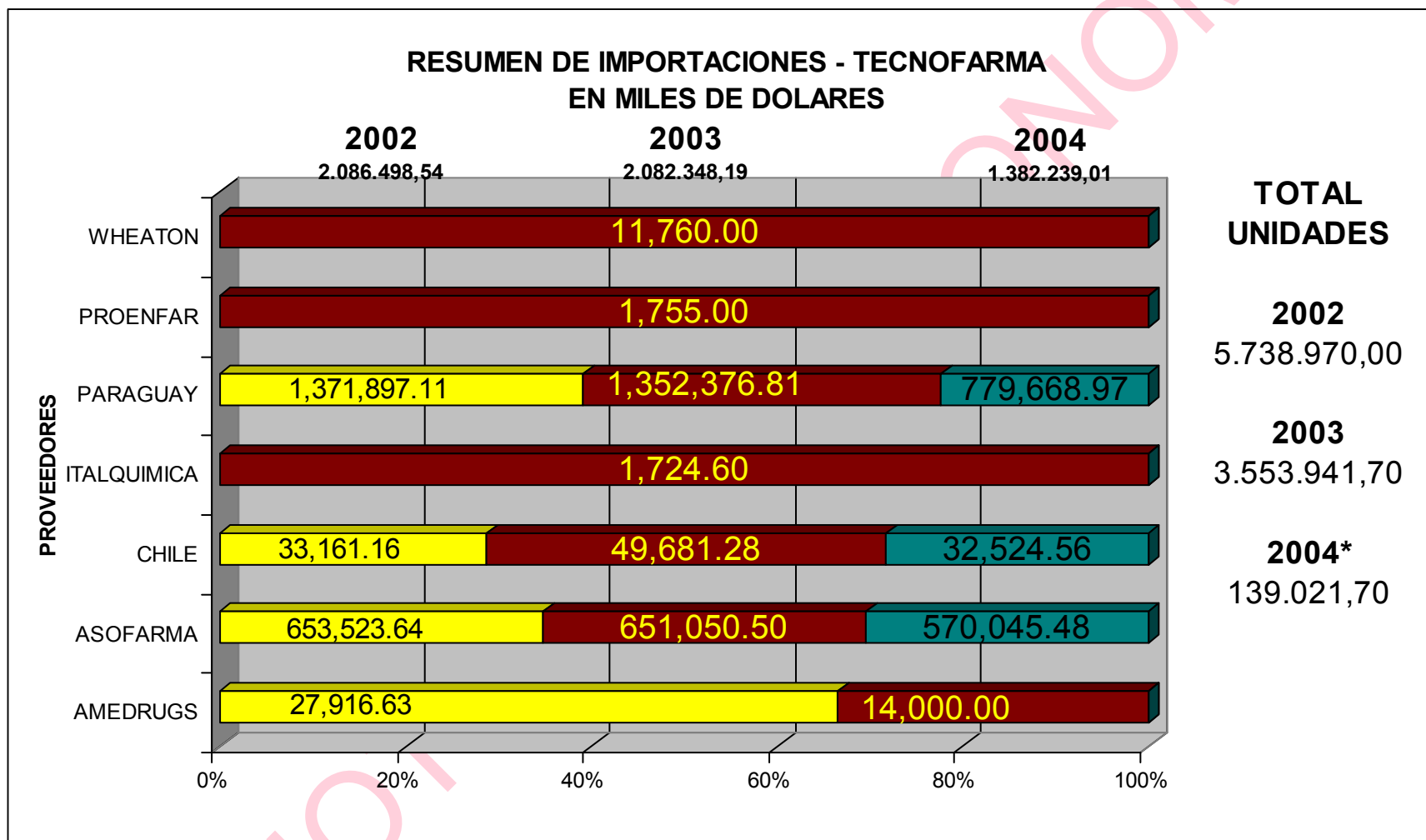
PROVEEDOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AMEDRUGS				14,000.00									14,000.00
ASOFARMA	23,194.50	72,071.14	6,348.60	41,273.50	57,761.15	31,960.81	17,711.60	51,270.78	112,770.38	117,960.07	28,887.77	89,840.20	651,050.50
CHILE	7,963.52			8,196.08		7,502.00	7,722.00	1,968.96	444.00	7,724.00	7,716.72	444.00	49,681.28
PARAGUAY	118,432.92	125,786.41	89,364.44	192,174.98	149,419.31	51,307.09	98,171.18	74,565.36	210,555.61	30,325.23	178,034.68	34,239.60	1,352,376.81
PROENFAR		1,755.00											1,755.00
ITALQUIMICA				1,724.60									1,724.60
WHEATON											11,760.00		11,760.00
UNIDADES	184602	96715	90121	650733	420281	93635	200522	240572	650733	164254	437438	324311	3553941.70
TOTAL	149,590.94	199,612.55	95,713.04	257,369.16	207,180.46	90,769.90	123,604.78	127,805.10	323,769.99	156,009.30	226,399.17	124,523.80	2,082,348.19

CUADRO No: 15.- RESUMEN DE IMPORTACIONES AÑO 2004
(En unidades y Valores Usd.)

PROVEEDOR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
AMEDRUGS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ASOFARMA	54,335.04	8,479.20	48,084.53	98,423.57	102,757.06	86,597.90	140,823.39	30,544.79	0.00	0.00	0.00	0.00	570,045.48
CHILE	0.00	7,867.52	3,057.60	5,820.80	3,799.92	7,273.76	0.00	4,704.96	0.00	0.00	0.00	0.00	32,524.56
PARAGUAY	100,875.73	84,674.26	136,677.79	95,377.95	68,567.34	24,505.74	247,029.54	21,960.62	0.00	0.00	0.00	0.00	779,668.97
DILLFORD	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ITALQUIMICA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
WHEATON	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PROENFAR	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UNIDADES	172756	120973	182448	130322	140037	103006	480237	60438					139021.70
TOTAL	155,210.77	101,020.98	187,819.92	199,622.32	175,124.32	118,377.40	387,852.93	57,210.37	0.00	0.00	0.00	0.00	1,382,239.01

FUENTE: TECNOFARMA

GRAFICO No. 3.- RESUMEN DE IMPORTACIONES TECNOFARMA



FUENTE: ELABORACION PROPIA, CON DATOS DE TECNOFARMA

4.3.1.3.- EXPORTACIONES

4.3.1.3.1. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LA EXPORTACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS.-

- I.- Factura de Exportación (donde se detallan los ítems con sus precios unitarios , la procedencia del producto y el origen del producto)
- II.- Lista de Empaque (donde se detalla cada todos los ítems con la numeración de cajas, Nros de lotes y fechas de vencimiento)
- III.- Certificado de Seguro (si solicita el destinatario)
- IV.- Certificado de Origen (si corresponde)
- V.- Certificados de Análisis de todos los productos detallados en la Factura de Exportación
- VI.- Guía Aérea (donde se detalla la procedencia del país exportador, el importador, Nro de Bultos, Peso Bruto y el Costo del Transporte desde origen a destino final)
- VII.- Declaración Jurada, emitida por la empresa exportadora donde se menciona el porcentaje de producto importado y producto nacional.
- VIII.- Resultado de Inspección Física, de la mercadería a exportarse si es así que lo solicita el destinatario o importador. (Verificadora SGS).

CUADRO No. 16.- GASTOS QUE SE INCURREN POR EXPORTACION DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DE BOLIVIA: (EJEMPLO)

COMPRA DE CERTIFICADO DE ORIGEN	ALADI, DE SIVEX	Bs. 100.00
COMPRA DE FORMULARIO UNICO DE EXPORTACIONES	FUE	Bs. 12.00
GASTOS POR DESPACHO		Bs. 120.00
COMISION AGENCIA ADUANERA	SEGÚN TABLA DE ARANCELES	Bs. 2347.00
TOTAL	VOLUMEN Kg.	

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No: 17.- PAISES EXPORTADORES CON DESTINO FINAL

LA PAZ- BOLIVIA.-

PARAGUAY.	159 PRESENTACIONES	(VENTA)
	159 PRESENTACIONES	(M.M.)
URUGUAY	77 PRESENTACIONES	(VENTA)
	27 PRESENTACIONES	(M.M.)
CHILE	1 PRESENTACION	(VENTA)
	1 PRESENTACION	(M.M.)
ARGENTINA	17 PRESENTACIONES	(VENTA)
	17 PRESENTACIONES	(M.M.)
E.E.U.U.	6 PRESENTACIONES	(VENTA-SUSTANCIAS CONTROLADAS)
TOTAL	260 PRESENTACIONES.	PRODUCTOS PARA LA VENTA
	204 PRESENTACIONES.	PRODUCTOS PARA MUESTRAS MEDICAS

FUENTE: TECNOFARMA

4.3.1.3.2.- RESUMEN DE EXPORTACIONES TECNOFARMA BOLIVIA

CUADRO No: 18.- Exportaciones año 2002

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL USD	DESTINO
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	6,000	0.84	5,040.00	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	5,000	0.84	4,200.00	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	9,000	0.84	7,560.00	ECUADOR
TOTAL	20.000	2.82	16.800.00	

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No. 19.- Exportaciones año 2003

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (Usd)	DESTINO
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	10,000	0.84	8,400.00	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	3,000	0.84	2,520.00	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	6,600	0.84	5,544.00	ECUADOR
TOTAL	19.000	2.82	16.464,00	

FUENTE: TECNOFARMA

CUADRO No: 20.- Exportaciones año 2004 *

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (Usd)	DESTINO
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	9,424	0.84	7,916.16	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	10,000	0.84	8,400.00	ECUADOR
TRUCTUM 400MG X 3 OVULOS	21,028	0.84	17,663.52	ECUADOR
TOTAL	40.452	2.82	33.979,68	

FUENTE: TECNOFARMA - *DATOS PRELIMINARES

4.3.1.4.- LICITACIONES:-

- La empresa se presenta a las convocatorias por licitación que realizan las instituciones de Salud pertenecientes al Estado.
- Asimismo la empresa se presenta a las convocatorias por licitación que realizan las instituciones Privadas de Salud.
- Una vez adjudicados por algunos ítems, se procede a la importación directa por licitación.

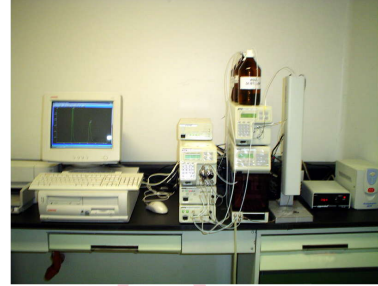
CUADRO No: 21.- LICITACIONES QUE PARTICIPAN A ENTIDADES NACIONALES AÑO 2004

PRODUCTO	CORDES	CPSCZ	CPLPZ	CPCBBA	CNS	CBEST	TOTAL
atorvastatina 10 mg	0	0	0	0	80.000	0	80.000
azatioprina 50 mg	0	10.000	4.200	14.200	42.000	0	70.400
bromocriptina 2,5 mg	300	0	0	1.800	0	1.500	3.600
diclofenac gel	0	9.600	0	0	0	0	9.600
doxorubicina 10 mg	0	0	80	0	0	0	80
doxorubicina 50 mg	0	0	100	0	0	0	100
fluconazol 200 mg amp	0	400	0	100	0	0	500
flutamida	0	0	100	0	0	0	100
fluorouracilo	0	0	200	0	0	0	200
losartan 50 mg	3.000	0	0	0	0	0	3.000
metotrexato 2,5 mg	700	6.400	9.600	4.800	0	5.004	26.504
nimodipina 30 mg	9.000	240.000	0	0	0	0	249.000
nimodipina 10 mg amp	0	0	0	180	1.800	132	2112
ondansetron 8 mg	0	0	0	230	0	0	230
tamoxifeno 20 mg	500	11.200	3.800	5.100	0	0	20.600
TOTAL	13.500	277.600	18.080	26.410	123.800	6.636	466.026

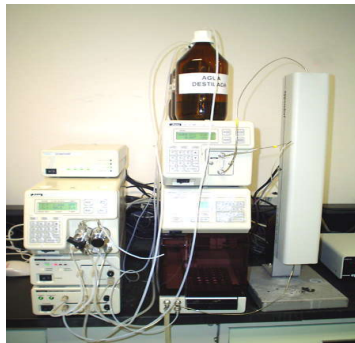
4.3.1.5.- CONTROL DE CALIDAD

IMAGEN No: 4 EQUIPOS PARA CONTROL DE CALIDAD

Mesa de control químico



HPLC



Espectro fotómetro UV



Karl Fischer



Espectro fotómetro IR



Patrones de referencia



Disolutor



FUENTE: TECNOFARMA

CAPITULO V.

5. LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA INTERNACIONAL

La industria farmacéutica, como ninguna otra industria en el mundo, forma parte de un complejo industrial que mueve miles de millones de dólares en el proceso de su fabricación y comercialización.

La industria farmacéutica abarca un amplio campo de acción que va desde las llamadas ciencias de la vida o de la salud, la química industrial, la biotecnología, la ingeniería que se enfoca a la investigación científica, a la innovación constante y al desarrollo de nuevos productos que puedan satisfacer las necesidades de los mercados en crecimiento y expansión en todo el mundo.

Es una industria sometida a una serie de regulaciones de orden sanitario por parte de los gobiernos y organismos internacionales encargados de la salud pública, por el hecho de que sus productos afectan o benefician a la salud de la población.

Los grandes laboratorios fabricantes de medicamentos compiten entre si por copar los mercados desarrollando productos farmacéuticos de marca, para lo cual deben emplear tecnología avanzada anticipándose incluso a sus competidores como lo expresa un ejecutivo de Hoechst:

Conociendo que en el año 2000 la mayoría de los medicamentos nuevos entraron al mercado a base de adelantos en bioingeniería o ingeniería genética, estamos poniendo énfasis particular en el área de biotecnología, porque juega una función importante en el proceso de investigación y descubrimiento. Estamos introduciendo una estrategia específica: añadiendo recursos internos en geonómica, bioinformática y otras tecnologías de donde vendrán muchas de las tecnologías nuevas del futuro.(20)

Se trata, por lo tanto, de grandes empresas inmiscuidas y comprometidas en un proceso mundial de desarrollo de medicamentos, que incluyen las funciones de: Asuntos

20 hoechst “ fomentando el liderazgo mundial en farmacos”, frankfurt alemania, 1998

Regulatorios de Medicamentos, Marketing Internacional, planificación Estratégica y Desarrollo Comercial.

Con este proceso, cada función cumple un papel particular y coordina actividades mundiales en desarrollo preclínico e investigación y desarrollo clínico para moléculas nuevas.

- La función de Asuntos Regulatorios de Medicamentos asegura que los datos de compuestos en desarrollo sean conformes a las normas y reglamentos en los países donde estarán registrados.
- Marketing Internacional desarrolla planes comerciales estratégicos para cada producto mundial, manteniendo la dirección e imagen a lo largo y Desarrollo comercial contribuye al flujo continuo de nuevos compuestos, productos y tecnologías a través de alianzas y pactos de licencia.

La presencia de estas empresas abarca prácticamente el mercado mundial en todos los continentes y regiones de la tierra:

Nuestro objetivo es estar entre los primeros en comercializar productos innovadores, un desafío formidable considerando que nuestros pacientes viven en todo el mundo y frecuentemente tienen esperanzas muy diferentes.

“Nuestra capacidad de suministrar productos en cualquier parte del mundo resulta de nuestro tamaño, nuestra presencia mundial, y de nuestra reconocida experiencia y flexibilidad en ventas y técnicas de mercado.

Actualmente, operamos en más de 100 países incluyendo una selección estratégica de mercados emergentes en Asia y Europa central y oriental, donde estamos extendiendo nuestra presencia.

Para competir y responder al nivel mundial mientras permanecemos lo suficientemente ágiles y organizado nuestra compañía en cuatro regiones: Europa - África - Medio Oriente, Norte América, Asia - Pacífico, y América Latina, y estamos bien situados en cada una de ellas”.(21)

Otra característica de estas grandes empresas fabricantes de medicamentos es su tendencia a fusionarse, formando gigantescos oligopolios en el mercado mundial de estos productos, a través de las campañas promocionales, como ocurre con la ya citada HOECHST MARION ROUSSEL que es el producto de la fusión de empresas de EE.UU. Francia Y NOVARTIS. Esta última, como ella mismo se autocalifica, es “líder mundial en ciencias de la vida, Representa la fuerza y la unión de dos de las más importantes compañías del mundo : CIBA Y SANDOZ.

Ambas son empresas líderes en productos farmacéuticos, en agroindustria y en nutrición.

La mayor fusión de la historia convierte a NOVARTIS en líder en la Argentina, primera en Latinoamérica y en una de las más importantes del mundo en la industria farmacéutica.(22)

Con relación a su ámbito de acción, esta empresa está presente en 140 países, cubriendo todas las especialidades médicas con sus productos tanto de marca, como genéricos, con una extensa línea de productos farmacéuticos.

5.1. LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN BOLIVIA

El perfil de la industria farmacéutica nacional es aún modesto, debido en parte, a la falta

21 HOECHST, Obra Citada, Pag. 15

22 Revista NOVARTIS, Buenos Aires - Argentina, 1997.

de un programa estratégico nacional; en realidad no se le ha dado la importancia del caso.

Según publicaciones actuales (2004), el número de establecimientos dedicados a la gran industria farmacéutica incluyendo: importadoras de cosméticos, importadora de insumos, importadora de materia prima, importadoras de medicamentos, importadora equipos de salud, importadora de reactivos químicos, laboratorio e importadora, laboratorio Fabricante de artículos y cosméticos, laboratorio galénico, laboratorio industrial cosmético, laboratorio industrial farmacéutico, laboratorio de productos naturales, etc. Los cuales, suman a 318 establecimientos asentados en todo el territorio nacional, de los cuales 168 se encuentran en la Ciudad de La Paz, 90 en Santa Cruz, 54 en Cochabamba, 3 en Oruro, 1 en Potosí y 2 en Tarija.

El valor bruto de esta industria a nivel mundial en el último trimestre de 2003 fue de 258 mil millones de dólares, de estos el valor para Latinoamérica en el mismo periodo fue de 21.779 mil millones de dólares, asimismo en Bolivia se mueve en el mercado total, vale decir mercado ético y popular, valores para los siguientes periodos: año 2000: 63.823,694 mil Usd., 2001: 64.617,725 mil Usd., 2002: 63.315,368 mil Usd., 2003: 59.701,964 mil Usd. y para el año 2004, se prevé 57.776,491 mil Usd..

Con la promulgación de la ley del medicamento (ley No 1738 de 17 de diciembre de 1996), el correspondiente Reglamento (D.S. No 24672,21 de junio de 1997), el Estado Boliviano declara como actividad prioritaria a la industria farmacéutica nacional, dispone así mismo estimular su desarrollo dentro del marco de la Política Nacional de Salud (Art. 1 inciso La Política Nacional del Medicamento del Estado, según la citada ley, deberá cumplir entre otros los siguientes objetivos:

Disponer de medicamentos que garanticen inocuidad, eficacia y calidad de mostrada, evitando la presencia de dudosa calidad, ineficiencia farmacológica o riesgo terapéutico.

- a) Facilitar y promover el uso nacional del medicamento.

- b) Lograr el abastecimiento regular y permanente de medicamentos esenciales en el Sistema Nacional de Salud, destinado a cubrir la programación del Ministerio de Desarrollo Humano a través de la Secretaría Nacional de Salud, especialmente para las poblaciones económicamente deprimidas y para los grupos de riesgo.
- c) Establecer, Incentivar y fomentar en todo el país farmacias populares y o comunales.

La mencionada ley, regula igualmente “la fabricación, elaboración, importación, comercialización, prescripción y dispensación de medicamentos especiales, como biológicos, vacunas hemoderivados, alimentos de MSO médico, cosméticos, productos odontológicos, dispositivos médicos, productos homeopáticos, y productos medicinales naturales, tradicionales” (Artículo 2).

En la práctica sin embargo, es el libre mercado el que regula la comercialización de los productos farmacéuticos en el mercado interior nacional. Pero los más beneficiados con el libre mercado son los grandes laboratorios que realizan campañas publicitarias por los medios masivos de comunicación, permitida por la ley de Medicamentos.

En una economía abierta, las estrategias de marketing son el arma más poderosa para insertar un determinado producto en el mercado o para expandir las ventas y esto es lo que ocurre con los medicamentos ya sea con los productos de marca o con los genéricos de consumo masivo; pero el valor de la promoción, incluyendo la estructura de costos, es pagado por el cliente.

5.2. IMPORTACIÓN DE MEDICAMENTOS

La importación de medicamentos podrá efectuarse por personas naturales y/o jurídicas con representación legal registradas ante la Secretaría Nacional de Salud. (Artículo 22, Ley 1737).

El regente farmacéutico será responsable técnico de la comercialización y distribución de medicamentos y garantizará la conformidad de las importaciones de medicamentos de acuerdo a reglamento. (Artículo 23, Ley 1737)

Queda terminantemente prohibida la internación de medicamentos no registrados en la Secretaría Nacional de Salud siendo los responsables posibles a sanciones establecidas por el Código Penal. (Artículo 24, Ley 1737)

Los despachos aduaneros de medicamentos sólo podrán ser efectuados, acompañando a la documentación exigida para el efecto, el certificado emitido por la Secretaría Nacional de Salud, donde se acredite el registro sanitario de los productos farmacéuticos importados. (Artículo 25, Ley 1737).

Para la importación de medicamentos, las firmas importadoras, deberán constar ante la Secretaría Nacional de Salud la representación legal otorgada por los Laboratorios industriales de los países de origen, mediante documento original legalizado conforme a ley. Dicho documento deberá contemplar el período de validez de la representación asignada. (Artículo 39, D.S. 24672)

Los medicamentos reconocidos por ley a importarse, deberán proceder del país de origen que figura en el registro sanitario, quedando prohibida la importación de subsidiarias. (Artículo 40, D.S. 24672)

Los agentes regionales de los laboratorios industriales farmacéuticos e importadoras en el territorio nacional, que tomen la denominación de distribuidores, comisionistas, representantes, etc., cuya razón social sea diferente a la empresa matriz, deberán contar con autorización de funcionamiento de la Secretaría Nacional de Salud de acuerdo al artículo 7 del Decreto Supremo 24672, Reglamento a la Ley del Medicamento. (Artículo 41, D.S. 24672)

Así mismo en Bolivia existen las siguientes empresas: importadora de aparatos y equipos, importadora de cosméticos, importadora de insumos médicos, importadora de medicamentos, importadora de reactivos para faro, de los cuales 59 se encuentran en la Ciudad de La Paz, 38 en Cochabamba, 19 en Santa Cruz, 1 en Potosí y 1 en Tarija, haciendo un total de 118 empresas dedicada a la importación de productos, reactivos e insumos médicos hacia nuestro país.

5.2.1.- MATERIA PRIMA

Las principales materias primas para la fabricación de productos farmacéuticos son:

MOLECULAS QUIMICAS

FORMULAS QUIMICAS

Excipientes -

Almidón

Vaselina

P. V. P.

Ethyl celulosa

Estos son importados de diversos países como, Europa, China, Corea, Europa, India.

Los únicos productos nacionales que se utilizan como materia primas son:

Agua

Azúcar

Alcohol

5.2.2.- SECTORES DEL MERCADO FARMACEUTICO EN BOLIVIA

El mercado farmacéutico en Bolivia mueve al rededor de 57.8 millones de Usd. americanos al año.

De este mercado total se genera tres sub. sectores dentro la industria farmacéutica nacional.

a) PRIMER SECTOR: MERCADO PRIVADO

Está cubierto por las cadenas de farmacias y farmacias privadas, así como asociaciones, las mismas se proveen de importadores y productores de fármacos.

Este sector representa el 54 % del mercado total, lo que significa un total de 31.2 millones de Usd.

b) SEGUNDO SECTOR: MERCADO INSTITUCIONAL, SEGURO SOCIAL.

Aproximadamente de estos sectores se benefician alrededor de 2.200.000 personas entre asegurados y beneficiarios, principalmente cubiertos por la Caja Nacional de Salud, Caja Petrolera de Salud, Caja Bancaria de Salud, Caja de Salud del Servicio Nacional de Caminos, COSSMIL, Seguro Universitario, Caja de Salud del Servicio de Chóferes.

Este sector se provee de medicamentos a través de licitaciones, tanto nacionales como internacionales, los mismos son atendidos por importadores y productores de fármacos.

Este sector representa el 20 % del mercado total, lo que significa un total de 11.6 millones de Usd.

c) TERCER SECTOR: EL CONTRABANDO

Quizás el que representa un freno para el desarrollo del mercado farmacéutico y de la industria nacional de medicamentos.

El contrabando, que proviene principalmente de los países vecinos como Chile, Argentina y Brasil, los cuales son expendidos en lugares o sectores de higiene dudosa, con un mal manipuleo, así como en farmacias clandestinas y otros.

Este sector representa el 26 % del mercado total, lo que significa un total de 15.02 millones de Usd. aproximadamente.

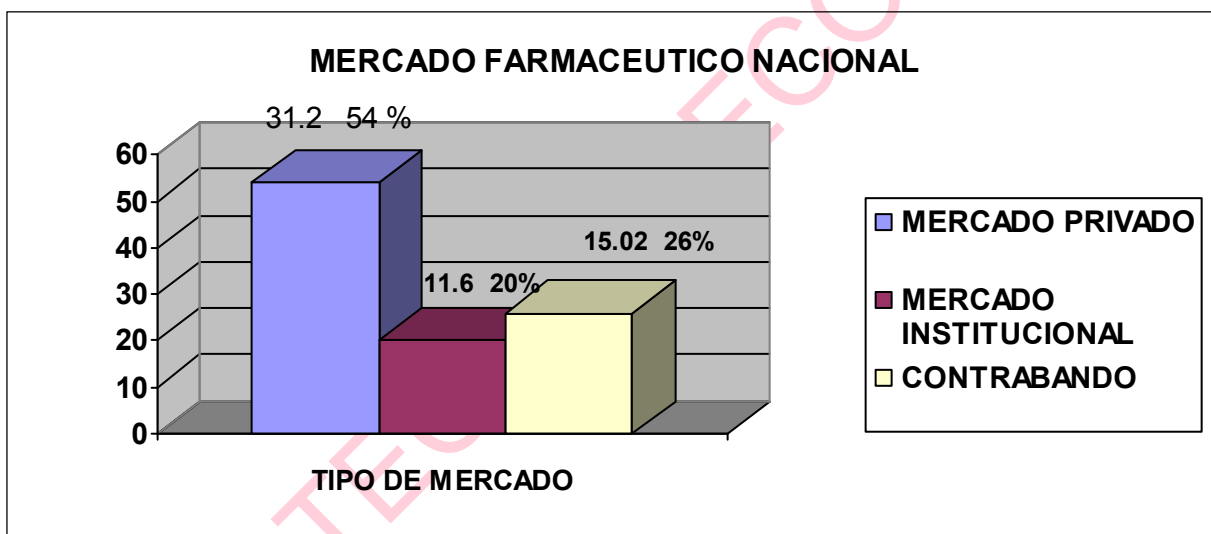
CUADRO No: 22.- SECTORES DEL MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO

TIPO DE MERCADO	PORCENTAJE	MILLONES DE DOLARES
MERCADO PRIVADO	54	31.199.305
MERCADO INSTITUCIONAL	20	11.555.298
CONTRABANDO	26	15.021.887*
TOTAL	100	57.776.491

Fuente: ELABORACION PROPIA

* Datos Aproximados

GRAFICO No. 4.- SECTORES DEL MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Se calcula que el flagelo del contrabando evade impuestos por mas de 5 millones de Usd., por lo que los organismos pertinentes, así como las autoridades competentes deberán ejercer un mayor y mejor control en el ingreso de estos medicamentos.

CUADRO No. 23.- NUMERO DE MEDICAMENTOS CON REGISTRO SANITARIO EN BOLIVIA

DEPARTAMENTO	No. Reg. Sanit.
La Paz	1.544
Cochabamba	359

Santa Cruz	254
total	2.157.-

FUENTE: CIFABOL

CUADRO No. 24.- NUMERO DE MEDICAMENTOS CON REGISTRO SANITARIO DE IMPORTACION

No.	PAIS	CANTIDAD
1	ALEMANIA	289
2	ARGENTINA	831
3	AUSTRALIA	6
4	AUSTRIA	5
5	BELGICA	78
6	BRASIL	252
7	BULGARIA	1
8	CANADA	40
9	CHECOSLOVAQUIA	1
10	CHILE	1118
11	CHINA	24
12	CHIPRE	1
13	COLOMBIA	530
14	COREA	39
15	COSTA RICA	27
16	CRIACIA	1
17	CUBA	58
18	DINAMARCA	34
19	ECUADOR	104
20	EMIRATOS ARABES	16
21	ESPAÑA	149
22	ESTADOS UNIDOS	356
23	FINLANDIA	1
24	FRANCIA	169
25	GRECIA	4
26	GUATEMALA	24
27	HOLANDA	21
28	HUNGRIA	6
29	INDIA	43
30	IRLANDA	40
31	ISRAEL	4
32	ITALIA	129
33	JAPON	15
34	MALASIA	11
35	MALTA	72
36	MEXICO	176
37	PARAGUAY	104
38	PERU	187
39	POLONIA	1
40	PORTUGAL	7
41	PUERTO RICO	12
42	REINO UNIDO	94

43	SUECIA	3
44	SUIZA	138
45	TAILANDIA	2
46	URUGUAY	195
47	VENEZUELA	94
TOTAL		5.512.-

FUENTE: CIFABOL

5.3 LA PROMOCIÓN DE MEDICAMENTOS

Una de las actividades más importantes de las empresas y laboratorios, es la comercialización de sus productos, para lo cual cuentan con la mercadotecnia o marketing.

La publicidad y la promoción de ventas son métodos que usan las empresas, a fin de informar y persuadir a la gente para que compre un determinado producto. “La meta mayor de la promoción es sostener la preferencia de los clientes por sus productos.

El atraer nuevos clientes es una segunda meta promocional y una tercera meta es recordar de modo permanente a los clientes que tal o cual establecimiento o producto les ha servido bien en tal tiempo y en tal o cual aspecto.

En suma, los tres propósitos básicos de la promoción son ventas son informar, persuadir y recordar”.(23)

La promoción a través del marketing, por lo tanto, es el arma más eficaz e importante para los grandes laboratorios fabricantes de medicamentos, puesto que a través de éste logran controlar el mercado mundial de estos productos. Así lo reconocen abiertamente estas empresas:

“Nuestra fuerza en ventas y marketing, así como nuestra presencia mundial, han resultado ser una herramienta competitiva poderosa. Hasta ahora, hemos hecho adelantos enormes, y no tenemos ninguna intención de aflojar el paso.

En fin, estamos haciendo más que simplemente crear una organización capaz de suministrar a los pacientes los productos que necesitan, Estamos fomentando el

liderazgo mundial en fármacos”(24)

A través de las campañas de promoción de medicamentos, los grandes laboratorios logran también imponer precios más altos en determinados países o áreas geográficas de la tierra, para lo cual invierten grandes cantidades de dinero en campañas de promoción, costos que luego son cargados a los consumidores finales. En efecto, como lo han demostrado estudios recientemente realizados sobre este particular.

5.3.1.- COSTOS DE PROMOCIÓN

“A nivel mundial, la industria farmacéutica invierte más de Usd.. 30 mil millones al año promocionando sus productos, monto que resulta ser más alto de lo que invierte en investigación y desarrollo de nuevos medicamentos”(25)

“Para establecer el precio de un determinado medicamento, las industrias farmacéuticas, suman los costos empleados en la investigación, administración, mercado, publicidad etc. que finalmente son cargados el precio que paga el paciente consumidor“.

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud) la estructura de costos de una compañía farmacéutica investigadora (en porcentaje de ventas) debería involucrar en 30 % a producción y control de calidad, 15%, a investigación y desarrollo, 15%, a gastos de administración científica, 5%, a publicidad, 7% a distribución, 7% a gastos de administración, 6%, a gastos varios y 15%, a ganancias antes de impuestos.(26)

En la práctica, sin embargo, existen diferencias en la distribución de los diferentes rubros entre las empresas de diversos países y entre los distintos tamaños de firmas, no siendo la excepción que se invierte, un alto porcentaje en promoción y publicidad, antes que investigación y educación.

MEXICO, 1994, Pag. 498.

24 HOECHST, Obra Citada, Pag. 19

25 OMS/OPS, Políticas de Medicamentos en la 49 Asamblea Mundial de la Salud, Boletín HAIZ Europa Mayo 1996.

26 OMS/OPS, ALTERNATIVAS DE POLÍTICAS DE PRECIOS DE MEDICAMENTOS EN LAS AMÉRICAS, serie “Economía de la Salud y Medicamento”, N° 1, 1995.

CUADRO No. 25.-DETALLE DE COSTOS DE PROMOCION PARA MEDICAMENTOS

ACTIVIDAD	COSTO %
PRODUCCION Y CONTROL DE CALIDAD	30 %
INVESTIGACION Y DESARROLLO	15 %
GASTOS DE ADMINISTRACION CIENTIFICA	15 %
PUBLICIDAD	5 %
DISTRIBUCION	7 %
GASTOS DE ADMINISTRACION	7 %
GASTOS VARIOS	6 %
GANACIAS ANTES DE IMPUESTOS	15 %
TOTAL	100 %

FUENTE: OMS

5.3.2.- COSTO DE LA PUBLICIDAD DE FÁRMACOS EN BOLIVIA

En Bolivia, el costo mínimo promedio estimado de cada literatura o propaganda impresa entregada a los médicos, farmacéuticos y otros, fluctúa aproximadamente de Bs. 0,60 ó (0,075 Usd.) a Bs. 6,5 ó (0,81 Usd.) por unidad, dependiendo del tamaño, del tipo (trípticos, folletos, volantes, etc.), calidad del papel, colores, etc.

En promedio cada profesional recibe 5 unidades por semana, lo que tiene un costo de Bs. 12,5, (Usd. 1.56) semanales o Bs. 630 (Usd. 78.75) anuales.

Si se estima que en Bolivia existen en ejercicio profesional aproximadamente 10.000 médicos, sin tomar en cuenta otra categoría de profesionales de la salud, se invertirían Usd. 1.260.000.

Si añadimos el número de profesionales odontólogos, farmacéuticos, bioquímicos, enfermeras, etc, existentes en el país, este valor de inversión en promoción y publicidad, fácilmente se duplicaría e incluso triplicaría.

5.3.2.1.- CONSIGNACIÓN DEL NOMBRE GENÉRICO.

De las 350 literaturas destinadas al personal de salud 91,1 % (319) presentan nombre

genérico del medicamento y 8,9 % (31) no.

Algunas literaturas presentaban productos genéricos de marca, es decir el nombre del principio activo vinculado con el nombre del laboratorio productor, buscando con esto asociar el producto al prestigio comercial de la empresa.

5.3.2.2.- CARACTERÍSTICAS FARMACOLÓGICAS - DESCRIPCIÓN DE LOS EFECTOS FARMACOLÓGICOS.

El 73,7 %, (258) de 350 literaturas médicas presentan una breve descripción de los efectos farmacológicos. El 26,3 % (92) no refieren efectos farmacológicos del medicamento.

5.3.2.3.- MECANISMO DE ACCIÓN.

Solamente un 12,3 % (43) de 350 literaturas médicas presentan breve descripción del mecanismo de acción del medicamento, una mayoría 87,7 % (307) no presentan este requisito.

Si consideramos que la variación de los parámetros farmacocinéticas y farmacodinámicos explican la necesidad de individualizar la terapéutica, son factores que deben enunciarse junto a otros parámetros por ser determinantes potenciales de éxito o fracaso de un tratamiento.

5.3.2.4.- INFORMACIÓN CLÍNICA- INDICACIONES DE LA PROPAGANDA

Un 96,9 % (339) de las literaturas presentaban indicaciones terapéuticas, en un 74,6 % (261) las indicaciones eran concretas, 18,3 % (64) exageradas y 4,0 % (14) minimizaban. Un 3,1 % (11) no referían ninguna indicación terapéutica.

**CUADRO No: 26.- RESUMEN DE 350 LITERATURAS ANALIZADAS
EN BOLIVIA**

PRESENTAN NOMBRE GENERICO	91.1 %	319
NO PRESENTAN NOMBRE GENERICO	8.9 %	31
CON DESCRIPCION DE LOS EFECTOS DEL FARMACO	73.7 %	258
NO CUENTAN CON DESCRIPCION DE LOS EFECTOS DEL FARMACO	26.3 %	92
CON DESCRIPCION DE LOS MECANISMOS DE ACCION	12.3 %	43
NO CUENAN CON DESCRIPCION DE LOS MECANISMOS DE ACCION	87.7 %	307
CUENTAN CON INDICACIONES TERAPEUTICAS	96.9 %	339
CUENTAN CON INDICACIONES CONCRETAS	74.6 %	261
CUENTAN CON INDICACIONES EXAGERADAS	18.3 %	64
CUENTAN CON INDICACIONES MINIMIZADAS	4 %	14
NO CUENTAN CON NINGUNA INDICACION	3.1 %	11

FUENTE: ELABORACION PROPIA

CUADRO 27.- LABORATORIO PRODUCTOR O DISTRIBUIDOR

EMPRESA	NÚMERO	PORCENTAJE
Lab. Droguería Inti S.A.	27	7,7
Tecnofarma S.A	27	7,7
Lab. Bagó	20	5,7
Lab. Pharma Investi.	19	5,4
Lab. Chile	18	5,1
Lab. Vita	12	3,4
Roche	10	2,8
Ciba – Geigy	7	2,0
Syncro	7	2,0
Pasteur Merieux	7	2,0
Boehringer – Ingelhein	6	1,7
Roemmers	6	1,7
Sanofi-pharma	6	1,7
Lab. Chinoín	5	1,4
Lab. Alcos	5	1,4
Rorer – Poulec	5	1,4

Eticos	5	1,4
Lab Wasserman	4	1,1
Roussel Uclaf	4	1,1
Sintyal	4	1,1
Luitpold Pharma Munich	4	1,1
Labomed	4	1,1
Grunenthal	4	1,1
Gramón	3	0,8
Mepha	3	0,8
Vifor International	3	0,8
Chile S.A.	3	0,8
Lab. O.M.	3	0,8
Amrstrong	3	0,8
Hoechst	3	0,8
Prodes S.A.	3	0,8
Otros	101	28,8
No refiere	9	2,57
Total	350	100,0

Fuente: Volumen 1, (2) Septiembre de 1998, Investigaciones en América Latina, Bolivia, ANALISIS DE LA PROMOCION DE MEDICAMENTOS EN BOLIVIA, Oscar Lanza

De 350 literaturas analizadas en primer lugar se encuentra Laboratorio Droguería Inti S.A. Industria Nacional y Tecnofarma S.A. cada uno con una representación del 7,7% (27). En tercer lugar laboratorios Bagó 5,7 % (20), en cuarto lugar laboratorios Pharma Investi 5,4 % (19) seguidamente se sitúa a laboratorios Chile 5,1 % (18).

Observamos en la tabla anterior otras empresas que promocionan sus fármacos en menor porcentaje, sin embargo consideramos que están incluidas como líneas en venta dentro de otras empresas más grandes, como es el caso de Roemers cuya distribución de productos efectúa Laboratorios Inti o Productos Mepha, Medinova que distribuye Wilsterman y Cía.

Así mismo están agrupadas otras empresas con un porcentaje menor al 3 % bajo el rubro de otros constituyendo el 28,8 % (101) del total de las literaturas promocionadas.

5.3.2.5.- PROCEDENCIA DEL MATERIAL DE PROMOCIÓN Y PROPAGANDA.

Entre los principales países de los cuáles procede la literatura proporcionada al personal

de salud y público en general, el 36,8 % (129) de las 350 propagandas estudiadas son nacionales, seguidas por otras procedentes de Chile con 8,6 % (30) y en tercer lugar Alemania con 5,0 % (17).

CUADRO 28.- PROCEDENCIA DEL MATERIAL DE PROMOCIÓN

PAÍS	NÚMERO	PORCENTAJE
Bolivia	129	36,8
Chile	30	8,6
Alemania	17	5,0
Argentina	14	4,0
Suiza	12	3,4
Mexico	8	2,3
España	8	2,3
Ecuador	7	2,0
Francia	6	1,7
Perú	4	1,1
Uruguay	4	1,1
Otros países	9	2,6
No refiere	102	29,1
Total	350	100,0

Fuente: Volumen 1, (2) Septiembre de 1998, Investigaciones en América Latina, Bolivia, ANALISIS DE LA PROMOCION DE MEDICAMENTOS EN BOLIVIA, Oscar Lanza

Diversas empresas además de distribuir y promover productos nacionales también promocionan y expenden productos importados, siendo posible que la impresión de literaturas que brindan al personal de salud, se produzcan en Bolivia y no en el lugar de origen.

5.4. PRECIOS DE MEDICAMENTOS AL POR MENOR

Los resultados de un estudio internacional recientemente realizado (1998), han demostrado que los grandes laboratorios transnacionales fabricantes de medicamentos, imponen elevados precios para algunos medicamentos, particularmente los más caros, en el país en vías

de desarrollo con bajos ingresos, comprados con los precios al por menor, de las mismos, medicamentos en países pertenecientes a la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) muchas más ricos.

Así, por ejemplo, las marcas innovadoras en Latino América y los países que pertenecen a la OCDE, son 50% más altas que los productos de los competidores correspondientes.

“El precio promedio al por menor de 19 de 20 medicamentos es más alto en los países en vías de desarrollo de Centro y Sud América que en los países de la OCDE.. El promedio de los 20 medicamentos en los países en vías de desarrollo Latinoamericanos es de Usd..40, comparado con Usd..28, en los países pertenecientes a la OCDE; El precio en estos países en vías de desarrollo en alrededor de 143% más alto que los países que pertenecen a la OCDE”.(27)

Los datos presentados en el citado estudio, sugieren “que la guía principal que al parecer la industria de medicamentos adopta, a fijar sus precios, establecer los límites más alto de acuerdo cuando con lo que el mercado puede soportar. La maximización de utilidad parece ser el único objetivo de la industria”(ASIS:1998).

5.4.1.- NORMAS GENERALES PARA MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE

Se define como automedicación responsable al uso de medicamentos sin prescripción médica, para lo cual se emplean fármacos con mayor rango de seguridad, diseñados

27 Dr. K. Balasubramanian: Dr. Oscar Lanza V.: Shila Rani, Kaur “PRECIOS DE MEDICAMENTOS AL POR MENOR: LA LEY DE LA JUNGLA, EN: AIS - BOLIVIA”,1998, Obra Citada, Pag. 29 - 41.***

- Coordinador Oficina Regional para Asia y el Pacífico de Consumers Internacional - C/ROAP.
- Coordinador Gral. AIS-CODEDCO-FUNAVI-BOLIVIA.
- Oficial Regional para Asia y el Pacífico. Consumers Internacional - C/ROAP

para el alivio sintomático o el tratamiento de condiciones temporales autotratables que no requieren la estricta supervisión del médico; estos medicamentos son denominados de venta libre o sin prescripción médica u OTC.

La importancia de la automedicación responsable radica en que es un mecanismo útil en la búsqueda de la utilización óptima de los Recursos Médicos, aminorando la sobrecarga que tienen los servicios de salud como consecuencia del tratamiento de enfermedades menores, ayuda a prevenir y tratar afecciones que no requieren de consulta médica y a satisfacer el deseo natural de la población de tener mayor control individual sobre las decisiones que afecten su salud personal.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que una excesiva dependencia hacia la automedicación puede provocar un retraso en la búsqueda de atención médica oportuna, uso no adecuado de medicamentos mal rotulados y el desarrollo de microorganismos resistentes.

5.4.2.- CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE

Podrán ser considerados medicamentos de venta libre o medicamentos sin prescripción médica (OTC), aquellos que cumplan con las siguientes características:

- Estar destinados al tratamiento de síntomas o enfermedades leves o comunes, de corta duración, ampliamente conocidas y que resulten fácilmente identificables.
- Poseer un amplio índice terapéutico; el medicamento debe ser efectivo y tener efectos adversos mínimos.
- Tener un margen posológico amplio susceptible de ser adaptado a la edad y peso del paciente.

- Tener un rango limitado de indicaciones.
- No deben ser susceptibles de desarrollar taquifilaxias o dependencia.
- No deben enmascarar enfermedades serias.
- Tener un amplio rango de seguridad, de tal modo que la administración voluntaria o involuntaria de dosis elevadas no represente un peligro grave para la salud del paciente.
- No deben acumularse en el organismo.
- Deben ser estables en condiciones extremas de almacenamiento.
- Deben tener preparaciones diferentes para uso pediátrico.
- Deben ser preferiblemente de administración oral o de aplicación tópica, en cuyo caso su absorción debe ser mínima y no poseer efectos sistémicos.
- Deben estar constituidos preferiblemente por un solo medicamento (monofármacos), o por asociaciones a dosis fijas de reconocida trayectoria terapéutica.

5.4.3.- MEDICAMENTOS QUE PUEDEN SER CONSIDERADOS DE VENTA LIBRE

Para considerar la inclusión o exclusión de un medicamento como de venta libre, éste debe estar clasificado como tal en las Normas Farmacológicas para Medicamentos de Venta Libre, debiendo para cada caso requerirse del análisis específico de la información científica disponible.

5.4.4.- REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS MEDICAMENTOS PARA OBTENER REGISTRO SANITARIO COMO MEDICAMENTO DE VENTA LIBRE

Los medicamentos podrán obtener registro sanitario en categoría de medicamento de

venta libre, cuando cumplan los siguientes requisitos:

- Poder ser usados en forma racional por el público en general.
- Estar indicado específicamente para las condiciones descritas en los acápites previos.
- Acreditar tener la categoría de medicamento de venta libre en el país de origen o en farmacopeas de referencia para las indicaciones, concentraciones y posología con las cuales se otorgó el registro sanitario.
- Cuando la experiencia local dictamine que dicho medicamento ha sido usado racionalmente por el público durante 5 o más años y cumpla con lo señalado en los puntos anteriores.
- Los requisitos generales para el registro sanitario de los medicamentos de venta libre, no diferirán de aquellos exigidos para los medicamentos de prescripción médica.

La Unidad de Medicamentos y Acreditación de Laboratorios podrá cambiar el régimen de venta libre otorgado a un producto, si durante la comercialización se demuestra en base a información científica que dicho producto sufrió cambios en las condiciones de seguridad que lo definieron como tal.

5.4.5.- CONDICIONES QUE DEBEN CUMPLIR LOS MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE PARA SER DISPENSADOS EN ESTABLECIMIENTOS FARMACEUTICOS Y COMERCIALES

Contar con registro sanitario que señale expresamente "Medicamento de Venta Libre". El rango de seguridad y estabilidad de los medicamentos de venta libre debe justificar dicho expendio.

El expendio de los medicamentos de venta libre no debe afectar su uso racional.

5.4.6.- CARACTERISTICAS DE LOS TEXTOS DE LOS MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE

- Las etiquetas o insertos de los medicamentos de venta libre deberán mostrar obligatoriamente los siguiente datos:
- Nombre genérico o de marca comercial.
- Nombre y cantidades de los principios activos de acuerdo a la Denominación Común Internacional (DCI).
- Instrucciones de uso y dosificación, en forma clara, precisa y en un lenguaje comprensible para el consumidor.
- Precauciones, advertencias y reacciones secundarias.
- Peso o contenido neto.
- Identificación del fabricante o importador.
- Número de registro sanitario.
- Número de lote y la fecha de expiración.
- Nombre del Farmacéutico responsable.
- Otros textos que el caso específico amerite.

5.4.7.- CARACTERISTICAS DE LA PUBLICIDAD PARA MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE

La información que se brinde al público en medios masivos de comunicación sobre los medicamento de venta libre, deberá tener los siguientes contenidos:

- Marca o Nombre comercial.
- Indicación principal.
- Instrucciones de uso o invitación expresa a leer y seguir las instrucciones del producto.
- Se deberá utilizar un lenguaje sencillo, claro y entendible por público en general.

- No contravenir las Normas Éticas de Promoción de Medicamentos.
- Incluirá las advertencias más relevantes.
- El número de autorización con el cual la Unidad de Medicamentos y Acreditación de Laboratorios aprobó la publicidad.
- Imprescindiblemente llevar la leyenda “Consulte a su médico si no advierte mejoría”.

5.4.8.- FÁRMACOS GENÉRICOS

El término genérico se usa para describir las versiones más baratas de productos de marcas muy conocidas y muy utilizados. Para algunos alimentos y productos domésticos, el término genérico implica pagar menos pero también obtener un nivel inferior de calidad y eficacia. Por lo general, esto no ocurre con los productos farmacéuticos.

Los fármacos se conocen a menudo por varios nombres. Cuando se descubre por primera vez un fármaco, se le da un nombre químico, una versión simplificada del nombre químico o un nombre en código ideado para facilitar la referencia entre los investigadores. Si los organismos sanitarios oficiales (responsables de garantizar la seguridad y eficacia), aprueban el fármaco para prescripción general, se le asignan dos nombres adicionales: un nombre genérico (nombre oficial) y un nombre comercial (también denominado patente o marca registrada), que lo identifica como propiedad exclusiva de una determinada compañía. El gobierno, los médicos, los investigadores y quienes escriben sobre el nuevo compuesto usan el nombre genérico del fármaco porque sólo se refiere al propio fármaco y no a una marca concreta de una compañía farmacéutica ni de un producto específico. Sin embargo, en las recetas normalmente se escribe el nombre comercial.

Los nombres genéricos son, por lo general, más complicados y difíciles de recordar que los comerciales. Muchos nombres genéricos son una forma abreviada del nombre

químico, la estructura o la fórmula del fármaco. La característica más importante de un nombre genérico es su individualidad. Los nombres comerciales deben ser también únicos y son, por lo general, pegadizos y relativamente fáciles de recordar. Éstos indican con frecuencia una característica particular del fármaco. Por ejemplo, el Lopressor disminuye la presión arterial, el Vivactil es un antidepresivo que anima al paciente, el Glucotrol disminuye la concentración de azúcar alto en sangre (glucosa) y el Skelaxin es un relajante musculoesquelético. Por otra parte, el nombre comercial Minocin es simplemente una versión reducida de minociclina, el nombre genérico del fármaco.

Los organismos competentes deben asegurar que los nombres genéricos y comerciales sean únicos y no puedan confundirse con otros fármacos. Los nombres demasiado similares pueden inducir a errores en la prescripción y distribución de un fármaco.

5.4.9.- PROTECCIÓN DE LA PATENTE

En muchos países, si una compañía desarrolla un nuevo fármaco se le concede una patente sólo para el propio fármaco, su proceso de fabricación o su utilización. El fabricante posee con frecuencia más de una patente por fármaco y puede poseer además una patente del sistema que distribuye y libera el fármaco en la sangre. Las patentes garantizan a la compañía los derechos exclusivos del fármaco durante un número determinado de años. Sin embargo, pueden transcurrir alrededor de 10 años desde el momento del descubrimiento al de su aprobación para uso en seres humanos o en animales. Debido a esto, el fabricante sólo puede comercializar el nuevo fármaco de manera exclusiva durante aproximadamente 7 años. Los fármacos contra el SIDA y otros fármacos nuevos para tratar enfermedades con riesgo de muerte, reciben con frecuencia una aprobación más rápida.

Si la patente expira, otras compañías pueden vender una versión genérica del fármaco, con frecuencia a un precio mucho menor que el de la marca original. No todas las patentes de fármacos dadas de baja tienen versiones genéricas. A veces, un fármaco

es demasiado difícil de duplicar o no existen pruebas adecuadas disponibles que demuestren que el fármaco genérico actúa igual que el fármaco con nombre comercial. Sin embargo, se puede asumir que los fármacos genéricos también actúan correctamente. Un fármaco genérico se puede vender bajo un nombre comercial (un fármaco genérico de marca) o sólo bajo su nombre genérico. En cualquier caso, el organismo oficial competente debe aprobar todas las versiones genéricas del mismo.

5.4.10.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

La aprobación de un fármaco genérico por parte del organismo oficial competente se basa en la evidencia científica de que produce un efecto sobre los seres humanos esencialmente idéntico al del producto original. Se someten a prueba los fármacos genéricos nuevos para asegurar que contienen las cantidades adecuadas de principios activos y que se están fabricando según las normas de fabricación oficiales. Y también para asegurar que se liberan en el organismo a la misma velocidad y con el mismo alcance que los fármacos originales con nombre comercial.

Los investigadores de las compañías farmacéuticas de productos genéricos llevan a cabo estudios, por lo general sobre un número relativamente reducido de voluntarios sanos (15 a 50), sólo para determinar si la versión genérica de un fármaco libera sus principios activos en sangre de la misma manera que la marca original. Estos estudios de investigación se denominan estudios de bioequivalencia. En comparación con los genéricos, los nuevos fármacos requieren estudios más extensos, más complejos y mucho más caros para demostrar que son seguros y efectivos.

Los fabricantes de fármacos con nombre comercial usan técnicas de estudios de bioequivalencia cuando desarrollan nuevas presentaciones o dosificaciones de sus fármacos. A menudo, el comprimido o la cápsula utilizada durante los ensayos clínicos y las fases del desarrollo del producto debe modificarse por razones comerciales. Los

comprimidos pueden ser más resistentes, se puede agregar o cambiar el aroma o el colorante o se pueden cambiar los componentes inactivos para aumentar la aceptación por parte del consumidor. Siempre que se desarrolla una nueva forma del fármaco, se debe demostrar que es bioequivalente a la forma original para establecer la seguridad y eficacia del fármaco.

Las normas son diferentes para los fármacos de liberación regulada (de acción prolongada o de liberación sostenida). Dado que estos fármacos están sujetos a muchas más variaciones que los comprimidos y las cápsulas normales, los inspectores correspondientes necesitan extensas pruebas como requisito para la solicitud del nuevo fármaco, con el fin de que la compañía pueda comercializar una versión de acción prolongada de cualquier fármaco. Este trámite indispensable se aplica igualmente, aunque otra versión del fármaco con difusión regulada ya esté en el mercado. Este requisito ha retrasado la disponibilidad de versiones genéricas de algunos fármacos de difusión regulada. Sin embargo, la investigación se realiza en beneficio del consumidor.

5.4.11.- COMPARACIÓN ENTRE GENÉRICOS Y FÁRMACOS CON NOMBRE COMERCIAL

Desarrollar y producir fármacos no es como seguir un libro de recetas de cocina. Se pueden utilizar muchas vías diferentes para producir un fármaco seguro y eficaz.

Cuando una compañía decide desarrollar la versión genérica de un fármaco, sus expertos en formulación diseñan el producto. Éstos utilizan principios activos idénticos a los del fármaco original, aunque probablemente usen componentes inactivos diferentes. Los componentes inactivos se añaden por razones específicas.

Por ejemplo, para aumentar el volumen de modo que el comprimido sea lo suficientemente grande para manipularlo, para evitar que el comprimido se disgregue durante el período entre la fabricación y su uso, para contribuir a su disolución en el estómago o el intestino, o para que tenga un sabor y color agradables.

Los componentes inactivos son, por lo general, sustancias inofensivas que no afectan el organismo. Sin embargo, los componentes inactivos pueden causar reacciones alérgicas insólitas y a veces graves en ciertas personas. Esto hace que un fármaco de marca determinada o una versión genérica sea más aceptable que otro. Por ejemplo, los bisulfitos (como el metabisulfito de sodio), que se utilizan como conservantes en muchos productos, causan reacciones alérgicas asmáticas a mucha gente. Por lo tanto, los productos que contienen bisulfitos llevan ahora etiquetas perfectamente visibles al respecto. Curiosamente, las personas asmáticas están también expuestas a los bisulfitos porque estos conservantes se encuentran en muchos pulverizadores y soluciones utilizados para tratar esta enfermedad.

Por razones legales, un fármaco genérico difiere de su homólogo con nombre comercial en tamaño, color y forma. Por consiguiente, los consumidores se encuentran, en general, con una versión genérica que tiene un aspecto muy diferente del fármaco con nombre comercial con el que están familiarizados.

En general, la bioequivalencia de las diferentes versiones de un fármaco puede variar hasta un 20 por ciento sin que se produzcan diferencias notables en la eficacia. Estas variaciones pueden ocurrir entre versiones comerciales y genéricas de un fármaco o entre diversas series (lotes) de un mismo fármaco, ya sea de nombre comercial o genérico.

Por ejemplo, un lote de un fármaco producido en una fábrica de la compañía X en un país determinado puede no ser idéntico a un lote del mismo fármaco producido en otra fábrica de la misma compañía, pero situada en otro país. De la misma manera, no será igual a la versión genérica del fármaco producida en la fábrica de la compañía Y. Todas estas versiones se deben someter a pruebas para verificar que el efecto sobre el organismo sea similar.

Las diferencias reales entre los fármacos genéricos aprobados por el organismo competente y los fármacos con nombre comercial que se ingieren por vía oral, son muy

inferiores al 20 por ciento aceptado. Las variaciones observadas son sólo de un 3,5 por ciento en su totalidad y no exceden el 10 por ciento en cualquier estudio individual. A veces se dispone de las versiones genéricas, pero éstas no pueden sustituir libremente al fármaco original porque no se han establecido los niveles de comparación. Estos productos se pueden vender pero no deben considerarse como equivalentes. Un ejemplo es la hormona tiroidea. Se aceptan todas las versiones para el tratamiento de una insuficiencia de la glándula tiroidea. Sin embargo, no se deben sustituir unas por otras porque los estándares de comparación no se han ajustado. Los farmacéuticos y los médicos pueden determinar cuáles son los fármacos genéricos aceptables como sustitutos y cuáles no lo son.

5.4.12.- ELECCIÓN DE UN FÁRMACO GENÉRICO

Regularmente, los médicos y farmacéuticos disponen de documentos oficiales sobre la equivalencia terapéutica entre fármacos genéricos y los presentados bajo un nombre comercial. (Por ejemplo, la FDA en Estados Unidos publica todos los años un libro sobre Productos farmacéuticos aprobados con evaluaciones de equivalencia terapéutica.) Se trata en todo caso de publicaciones, autorizadas por organismos competentes en cada país, que permiten sustituir un fármaco con nombre comercial por un fármaco genérico considerado idéntico.

La sustitución, sujeta en todo caso a la normativa sanitaria y a la legislación, puede hacerse libremente, salvo que el médico indique que no es procedente en algún caso. Para comprobar que el fármaco genérico despachado es equivalente a una prescripción anterior, los consumidores pueden comprobar en la etiqueta del fármaco el nombre genérico de su principio activo. El farmacéutico es el responsable de la preparación y etiquetas de los fármacos prescritos.

Los consumidores pueden elegir entre un fármaco con nombre comercial y una versión genérica, a menos que su médico haya escrito en la receta que no es posible efectuar sustituciones.

Sin embargo, en alguna oportunidad es posible que el consumidor tenga que aceptar la única versión genérica que el farmacéutico tiene almacenada. Muchas entidades y organismos dedicados a los seguros y la salud requieren la prescripción y venta de fármacos genéricos, siempre que sea posible, para ahorrar dinero.

Las leyes que controlan ciertos aspectos de la práctica de la medicina y la farmacia varían con relación al grado de participación del consumidor en estas decisiones de prescripción.

En algunos países, el consumidor no tiene capacidad de decisión al respecto y si el médico prescribe un fármaco genérico, el farmacéutico debe suministrarlo. En cambio en otros, los consumidores pueden solicitar un fármaco con nombre comercial, aun cuando el médico o el farmacéutico hayan recomendado un fármaco genérico. Si el médico prescribe un fármaco con nombre comercial pero el consumidor desea una versión genérica, puede tratar el asunto con el médico, el cual puede hacer una receta autorizando la versión genérica.

Algunos detractores del uso difundido de los fármacos genéricos han puesto de relieve otras inquietudes, como el posible incremento de los gastos sanitarios resultantes de consultas adicionales al médico, nuevos análisis de laboratorio y otros aspectos para comercializar una marca nueva de un fármaco. Los detractores desean saber cuánto dinero se ahorra realmente si se acude a la versión genérica después de pagar estos gastos adicionales. Otra preocupación es saber si las diferencias de color, tamaño o forma de un fármaco genérico disminuyen la motivación del paciente para seguir las instrucciones del médico.

5.4.13.- FÁRMACOS GENÉRICOS SIN PRESCRIPCIÓN MÉDICA

Las versiones genéricas de los fármacos de venta sin prescripción médica más

populares se venden con frecuencia como marcas comerciales a través de las cadenas de farmacias o cooperativas. Estos medicamentos tienen la misma evaluación que los fármacos de prescripción genérica y deben reunir los mismos requisitos. Es probable que se ahorre dinero al seleccionar una marca comercial o versión genérica de un medicamento de venta sin receta. Los farmacéuticos pueden aconsejar cuáles son los productos genéricos de venta sin receta que tienen la misma eficacia del producto original.

Sin embargo, la preferencia individual de un producto se relaciona con su apariencia, gusto, consistencia y otras características. Aunque los principios activos sean los mismos, estas características pueden ser diferentes.

5.5. LIMITACIONES Y POTENCIALIDADES DE LA INDUSTRIA BOLIVIANA

El comportamiento de la producción y de las exportaciones manufactureras durante y después del ajuste estructural continuo la tendencia del pasado, consolida un aporte industrial reducido y poco diversificado. La mayoría de las ramas que liderizan la reanimación de los últimos años generan bienes de consumo no duradero y al interior de las que producen bienes intermedios y de capital resaltan solamente la fabricación de productos minerales no metálicos y estructurales metálicas. El repunte de estas últimas se debe al fuerte articulación que tienen con la expansión de las obras públicas y la construcción de viviendas familiares.

En relación a las actividades principales de la industria, la mayor parte de los establecimientos económicos y la ocupación se concentran en cuatro ramas:

- Productos agrícolas, alimenticios, (soya, aceites), bebidas y tabaco
- Productos de la Industria extractiva, Minerales, (oro, Plata, Estaño, Etc)
- Manufacturas, Textiles, prendas de vestir, e industrias del cuero
- Industria de madera incluidos muebles, Industrias Químicas,

- Fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipo

En relación a la generación de valor agregado y la inversión efectuada en el sector privado manufacturero, se pone en evidencia un fuerte proceso de concentración en manos de las grandes empresas, lo que implica una acentuación de su carácter oligopólico y de las consecuencias perversas que provoca en el funcionamiento de los mercados.(19)

El hecho de que las grandes empresas concentran y generan proporciones significativas de valor agregado y se constituyan en las principales demandantes de bienes de capital, es el resultado de las mejores condiciones productivas que tienen en relación a la micro, pequeña y mediana industria (PMI).

Estos fenómenos se manifiestan, por una parte, en la posibilidad de reinvertir sus ganancias y acceder, casi sin dificultad, a las fuentes de financiamiento provenientes del sistema bancario y, por otro lado, a contar con elementos que permiten mejorar los niveles de productividad.

Los vacíos y potencialidades de la pequeña y microempresa PyME y de la gran empresa son disímiles entre sí, por, de ejemplo, la gran empresa no tiene restricciones para acceder a recursos financieros de la banca comercial debido a los vínculos establecidos entre ambos, en cambio la PMI, en particular la micro empresa, tiene fuertes limitaciones para superar esta necesidad debido a las condiciones que exigen los bancos comerciales, garantías hipotecarias, altas tasas de interés, etc.,

En consecuencia, es urgente diseñar políticas específicas para cada estrato industrial, sólo de esta manera se superarían las limitaciones de acceso a los recursos productivos.

19 Villegas Q. Carlos, LA INDUSTRIA BOLIVIANA: Limitaciones y Potencialidades, en Dinamica Economica, Revista Especializada de Investigaciones Economicas N°2,1494, La Paz - Bolivia

5.5.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN OLIGOPOLICA.

El tipo de organización del mercado de la industria farmacéutica es de tipo oligopólica, por ser un mercado caracterizado por la existencia de un reducido grupo de oferentes junto con un gran número de demandantes

Asimismo la actividad farmacéutica es netamente empresarial no sigue ninguna línea política o social, sino un fin lucrativo.

5.6. PERFIL DE LA INDUSTRIA DE EXPORTACIÓN FARMACÉUTICA

5.6.1. ANTECEDENTES

Antes de realizar el análisis del perfil de la industria de exportación farmacéutica, es necesario referirse aunque sea someramente a las Políticas de Comercio exterior de Bolivia, así como a las limitaciones y potencialidades de la industria nacional en general, puesto que la industria farmacéutica es el reflejo de las políticas industriales y de comercio exterior vigentes en el país.

Las políticas industriales desarrolladas por los distintos gobiernos durante los últimos 14 años, en el marco de las reformas estructurales, enfatizaban la superación de los desequilibrios a través de cambios en la estructura productiva y de cambios en la capacidad productiva de los sectores de producción de bienes comerciales. Por tanto, se requieren políticas de inversión, de liberalización comercial y de promoción de exportaciones.

5.6.1.1.- LA LIBERALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA:

Se constituyó en el factor, clave en el entendido de que ello permitiría eliminar las

distorsiones que dificultan la asignación adecuada de recursos productivos, además de la eliminación de la regulación estatal y la privatización económica.

Por consiguiente, en la formulación de las medidas adecuadas a estos fines, resaltaron la disminución de restricciones cuantitativas al comercio exterior, reducción a la protección arancelaria, la promoción de exportaciones no tradicionales, la revisión de programas de inversión pública, la reducción de los controles de los precios y la reducción de los subsidios.

5.6.2. POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR

La eliminación de los mecanismos de protección se constituyó en el componente central de la política de comercio exterior, diseñada en el marco del programa de ajuste estructural (PAE).

Este propósito se lo encaró por la vía de la liberalización del comercio exterior, particularmente de las importaciones, con la intención de incrementar, en la fase de estabilización, la oferta de productos en el mercado interno, y de estimular, en el campo de las reformas, la definición de políticas y estrategias industriales con la finalidad de mejorar los niveles de competitividad en relación a los bienes provenientes de los mercados externos.

En el plano de las exportaciones, la Introducción del Certificado de Reintegro Arancelario (CRA) y, posteriormente la creación de Draw Back, constituyen instrumentos que orientan a promover las exportaciones mediante la compensación de gravámenes arancelarios.

La Ley de inversiones, por otro lado, ratifica las disposiciones relativas a la constitución de zonas francas (No. 1182-17-09-90), como áreas que permitan el ingreso irrestricto de capital extranjero, el cual gozará de los incentivos para la repatriación de capitales.

Las medidas señaladas, más la reducción de los aranceles, de tal manera que éstos sean uniformes, induce a que las empresas industriales mejoren sus niveles de competitividad.

Los instrumentos de promoción a las exportaciones, además, cuentan con una reglamentación específica que norma el desenvolvimiento operativo de las zonas francas.

En síntesis, se percibe en el diseño de la política económica, una notable tendencia hacia la promoción de la capacidad exportadora del sector industrial manufacturero, lo cual supone la asignación de un importante rol a dicho sector, en términos de la inserción competitiva de la economía al mercado internacional, sobre la base de la promoción de exportaciones no tradicionales.

Asimismo la industria farmacéutica en Bolivia ha exportado hacia diversos países como: Alemania, Argentina, Chile, Ecuador, Estados Unidos, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay, los siguientes productos, medicamentos y otros: anestésicos para uso humano, medicamentos para uso humano: anestésicos, los demás medicamentos que contengan vitaminas u otros productos de la partida 29.36, para uso humano, los demás medicamentos (excepto las partidas nos 3002,3005,3006) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar, los demás sustitutos sintéticos del plasma humano, medicamentos que contengan otros antibióticos para uso humano, dosificados, medicamentos que contengan otros antibióticos, sin dosificar, medicamentos que contengan penicilinas o derivados de estos productos con estructura del ácido penicilínico, o estreptomycininas o derivados de estos productos para uso humano, dosificados, etc.

Por lo que para el año 2000 se exportó alrededor de 99.979,01 kilogramos de productos ya mencionados líneas mas arriba, haciendo un total de Usd. 1.171,637, en el año

2001: 116.740,74 kg, haciendo un total de Usd. 1.354,384,26 en el año 2002: 57.443,63 kg, haciendo un total de Usd. 1.148,879, 89 en el año 2003 89.300,08 kg, haciendo un total de Usd. 1.454,524, 03 estos datos han sido recabados del SIVEX La Paz.

5.7.- IMS HEALT

La SALUD, el IMS proporciona soluciones globales de la información a las industrias farmacéuticas y del healthcare.

El IMS proporciona una estructura de ayuda para conducir proyectos del R&D dentro de los arreglos específicos para la protección de los derechos de característica intelectual. Los resultados de los proyectos del IMS se comparten con un proceso de la difusión de la información controlada que protege y equitativamente asigna cualquier característica intelectual de fondo y primer plano.

Con casi 300 compañías y 200 instituciones de investigación actualmente activas en consorcios de la investigación del IMS, el IMS es un programa probado.

En SALUD, el IMS ha estado proporcionando esta información por más de 40 años y nuestros clientes son no solamente todas las compañías farmacéuticas superiores, sino cualquier persona que necesita una medida definitiva del mercado farmacéutico.

Estos clientes incluyen los gobiernos, la Comisión de las Comunidades Europeas y las agencias tales como el FDA. nuestra información se cotizan regularmente en informes del analista, The Financial Times y el diario de Wall Street. Utilizan nuestra información porque es exacta, independiente, comprensiva y verdaderamente global.

Asimismo la información actualizada escrita en el presente trabajo de investigación, fue proporcionada por el IMS, en base a cuadros y resultados del análisis a industrias que tienen relación con productos y/o suministros médicos en Bolivia.

CAPITULO VI

6. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1. EVOLUCIÓN DE LAS LIMITACIONES Y POTENCIALIDADES DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN BOLIVIA

En estos últimos tiempos vale decir en este segundo trimestre de 2004, un estudio realizado por IMS health revela que Laboratorios y Droguería INTI ocupa el primer lugar en el ranking de laboratorios bolivianos, ocupando el 22 % del mercado farmacéutico nacional, por lo que el evaluó en ventas aproximadamente asciende a unos 100 millones de Usd., con mas de 300 productos y otros de importación, así como 24 líneas de representación internacional, por otro lado genera empleo a mas de 400 personas y unos 15.000 empleos indirectos.

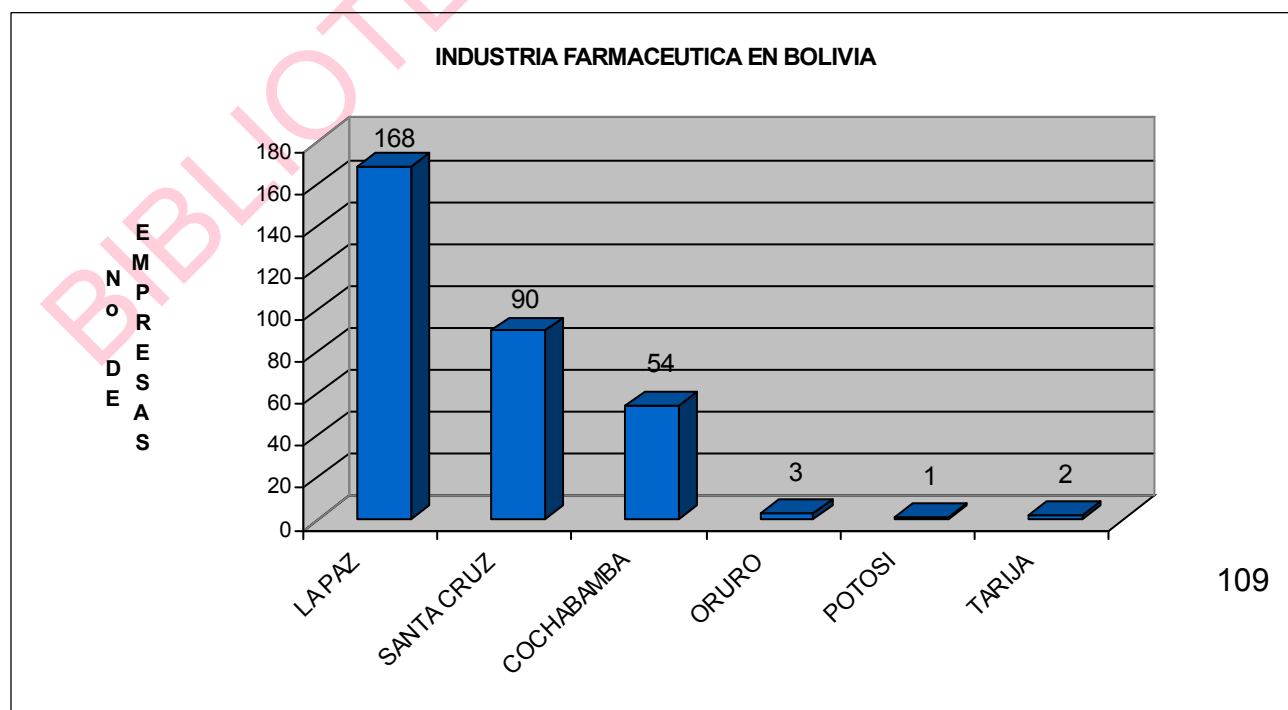
La industria farmacéutica nacional, por consiguiente, ha experimentado sus potencialidades de desarrollo, no obstante las buenas intenciones consignadas en la Ley del Medicamento y las declaraciones oficiales de "prioridad nacional" de la industria farmacéutica nacional no ha causado gran expectativa.

Esta situación ha sido confirmada por los resultados del trabajo de campo, que se presenta a continuación, con datos recopilados de diversas fuentes en especial de IMS health, CIFABOL, Cámara de Comercio, SIVEX, Industrias Farmacéuticas y otros.

CUADRO No. 29.- CLASIFICACION DEL MERCADO FARMACEUTICO EN BOLIVIA

CARACTERISTICA	LA PAZ	SANTA CRUZ	COCHABAMBA	ORURO	POTOSI	TARIJA	TOTAL
IMPORTADORA DE COSMETICOS	10	3	1				14
IMPORTADORA DE INSUMOS	19	11	8				38
IMPORTADORA DE MATERIA PRIMA		1					1
IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	92	60	25	2	1	2	182
IMPORTADORA EQUIPOS DE SALUD	1						1
IMPORTADORA REACTIVOS	2	2	1				5
LABORATORIO E IMPORTADORA	1		1				2
LAB. FAB. DE ARTICULOS Y COSMETICOS			1				1
LABORATORIO GALENICO	7	3	3				13
LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	12	2	2	1			17
LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	18	7	12				37
LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	6	1					7
TOTAL	168	90	54	3	1	2	318

GRAFICO No: 5.- INDUSTRIA FARMACEUTICA EN BOLIVIA



FUENTE: ELABORACION PROPIA, CON DATOS DEL DINAMED

CUADRO No. 30

EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA

AÑO	2000	2001	2002	2003
UNIDADES KG	99.979.01	116.740.74	57.443.63	89.300.08
VALORES	1.171.637	1.354.384.26	1.148.879.89	1.454.524.03

(En millones de dólares americanos)

FUENTE: SIVEX LA PAZ

CUADRO No 31.- MAYORES DESTINOS DE EXPORTACIONES DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS (En Unidades y Valores Usd.)

	2000		2001		2002		2003	
	KG	VALOR	KG	VALOR	KG	VALOR	KG	VALOR
PERU	87.312.01	946.331.68	87.727.8	1.109169.68	4.6361.3	849.772.16	73.174.28	1.217.408.12
PARAGUAY	12.291.4	197.093.48	28.221.94	211.819.45	4.627.74	130.349.22	13.666.8	165.723.12
ECUADOR	186.8	21.072	528	24.390.49	4.151.89	127.990.64	490	49.416
URUGUAY	67.8	3.339.84	246	4.104.64	209.2	7.091.82	15	2.075.94
OTROS	121	3.800	17	4.900	2.093.5	33.676.05	1954	19.900.85
TOTAL	99.979.01	1.171.637	116.740.74	1.354.384.26	57.443.63	1.148.879.89	89.300.08	1.454.524.03

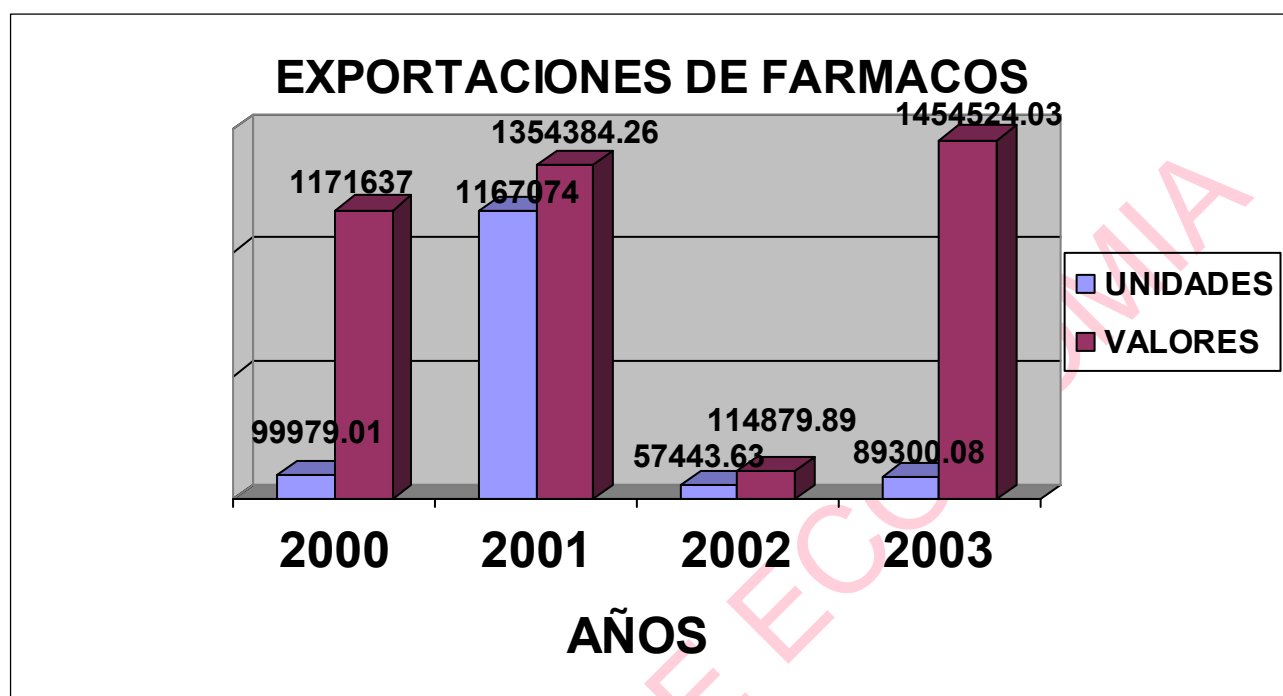
FUENTE: SIVEX LA PAZ

CUADRO No. 32.- INDUSTRIAS FARMACEUTICAS QUE EXPORTAN

INDUSTRIA	2000		2001		2002		2003	
	KG	VALOR	KG	VALOR	KG	VALOR	KG	VALOR
TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	83.726.01	921.991.2	73.242	862.298.81	25.366	555.503.9	68.081.56	1.069.675.33
DROGUERIA "INTI" S.A.	134.61.4	207.000.12	22.202.74	411.378.53	23.522.21	399.525.42	13.629.58	299.957.88
LABORATORIOS ALCOS S.A.	0	0	14.400	8.964	126.53	5.005	5.672.74	1.970
TECNOFARMA S.A.	254.6	24.411.84	659	25.693.48	329.09	31.798.56	342	48.216
OTROS	2.537	18.233.84	6.237	46.049.44	8.099.8	157.047.01	1.574.2	3.470.4.82
TOTAL 17 EMPRESAS	99.979.01	1.171.637	116.740.74	1.354.384.26	57.443.63	1.148.879.89	89.300.08	1.454.524.03

FUENTE: SIVEX LA PAZ

GRAFICO No. 6.- VARIACION DE EXPORTACIONES POR AÑOS



FUENTE: SIVEX LA PAZ

6.2 INTERPRETACIÓN ESTADÍSTICA

6.2.1. CUADRO GENERAL DE SÍNTESIS.

**CUADRO No: 33.- MERCADO FARMACEUTICO LATINOAMERICANO
VENTAS (En millones de dólares)**

PAIS / REGION	DOLARES			UNIDADES		
	2000	2002	2003	2000	2002	2003
ARGENTINA	3,938	1,308	1,681	379	277	333
BRASIL	6,135	4,617	4,593	1,290	1,278	1,221
PARAGUAY	106	65	62	27	21	23
URUGUAY	278	180	137	49	47	46
MERCOSUR	10,457	6,170	6,473	1,745	1,623	1,623
COLOMBIA	865	938	872	301	309	310

BOLIVIA	67	61	59	12	13	13
ECUADOR	276	481	455	102	121	123
PERU	315	335	342	58	62	62
VENEZUELA	1,443	1,515	1,462	313	316	3,173
COMUNIDAD ANDINA	2,966	3,330	3,190	786	821	3,681
CHILE	552	501	508	165	165	164
CENTRO AMERICA	625	660	697	108	104	106
MEXICO	5,810	7,227	7,243	990	988	992
REPUBLICA DOMINICANA	256	256	222	37	33	32
LATINO AMERICA	7,243	8,644	8,670	1,300	1,290	1,294
TOTAL	20,666	18,144	18,333	3,831	3,734	6,598

FUENTE: FIFARMA, CON DATOS DE CEPALE E INDEC

CUADRO No: 34.- MERCADO FARMACEUTICO LATINOAMERICANO CONSUMO PER CAPITA.

PAIS / REGION	POBLACION (000)			CONSUMO PER CAPITA					
				VALORES (Usd)			UNIDADES		
	2000	2002	2003	2000	2002	2003	2000	2002	2003
ARGENTINA	35,846	36,606	36,992	109.90	35.70	45.40	10.60	7.60	9.00
BRASIL	170,693	175,084	177,360	35.90	26.40	25.90	7.60	7.30	6.90
PARAGUAY	5,496	5,778	5,922	19.30	11.20	10.50	4.90	3.70	3.80
URUGUAY	3,337	3,385	3,409	83.20	53.30	40.10	14.70	13.80	13.50
MERCOSUR	215,372	220,853	223,683	248.30	126.60	121.90	37.80	32.40	33.20
COLOMBIA	42,321	43,817	44,562	20.40	21.40	19.60	7.10	7.10	7.00
BOLIVIA	8,329	8,705	8,897	8.00	7.00	6.70	1.50	1.50	1.5
ECUADOR	12,646	13,112	13,348	21.80	36.70	34.10	8.10	9.20	9.20
PERU	25,939	26,749	27,150	12.10	12.50	12.60	2.20	2.30	2.30
VENEZUELA	24,170	25,093	25,570	59.70	60.40	57.20	13.00	12.60	12.40
COMUNIDAD ANDINA	113,405	117,476	119,527	122.00	138.00	130.20	31.90	32.70	32.40
CHILE	15,211	15,589	15,776	36.30	32.20	32.20	10.90	10.60	10.40
CENTRO AMERICA	29,611	31,002	31,718	21.10	21.30	22.00	3.60	3.30	3.30
MEXICO	98,881	101,847	103,375	58.80	71.00	70.10	10.00	9.70	9.60
REPUBLICA DOMINICANA	8,396	8,677	8,820	30.50	29.50	25.20	4.40	3.80	3.60
LATINO AMERICA	152,099	157,115	159,689	146.70	154.00	149.50	28.90	27.40	26.90
TOTAL	480,876	495,444	502,899	517.00	418.60	401.60	98.60	92.50	92.50

FUENTE: FIFARMA, CON DATOS DE CEPALE E INDEC

**CUADRO No: 35.- MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO
VALORES – UNIDADES – PRECIO MEDIO**

MERCADO TOTAL - VALORES, UNIDADES, PRECIO MEDIO - EVOLUCION ANUAL					
VALORES (Usd.)	2000	2001	2002	2003	2004*
MERCADO TOTAL	63,823,694	64,617,725	63,315,368	59,701,964	57,776,491
MERCADO ETICO	59,373,591	60,085,644	58,625,252	55,511,844	53,542,514
MERCADO POPULAR	4,450,103	4,532,081	4,690,116	4,190,120	4,233,977
UNIDADES	2000	2001	2002	2003	2004*
MERCADO TOTAL	12,024,827	11,744,622	12,149,941	13,288,927	12,589,387
MERCADO ETICO	10,860,377	10,598,715	10,820,705	11,879,824	11,156,426
MERCADO POPULAR	1,164,450	1,145,907	1,329,236	1,409,103	1,432,961
PRECIO MEDIO (U\$d.)	2000	2001	2002	2003	2004*
MERCADO TOTAL	9.29	9.63	8.95	7.64	7.75
MERCADO ETICO	5.47	5.67	5.42	4.67	4.80
MERCADO POPULAR	3.82	3.96	3.53	2.97	2.95

FUENTE: Asofar, Camara de Comercio 2004

GRAFICO No. 7.- MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO- VALORES

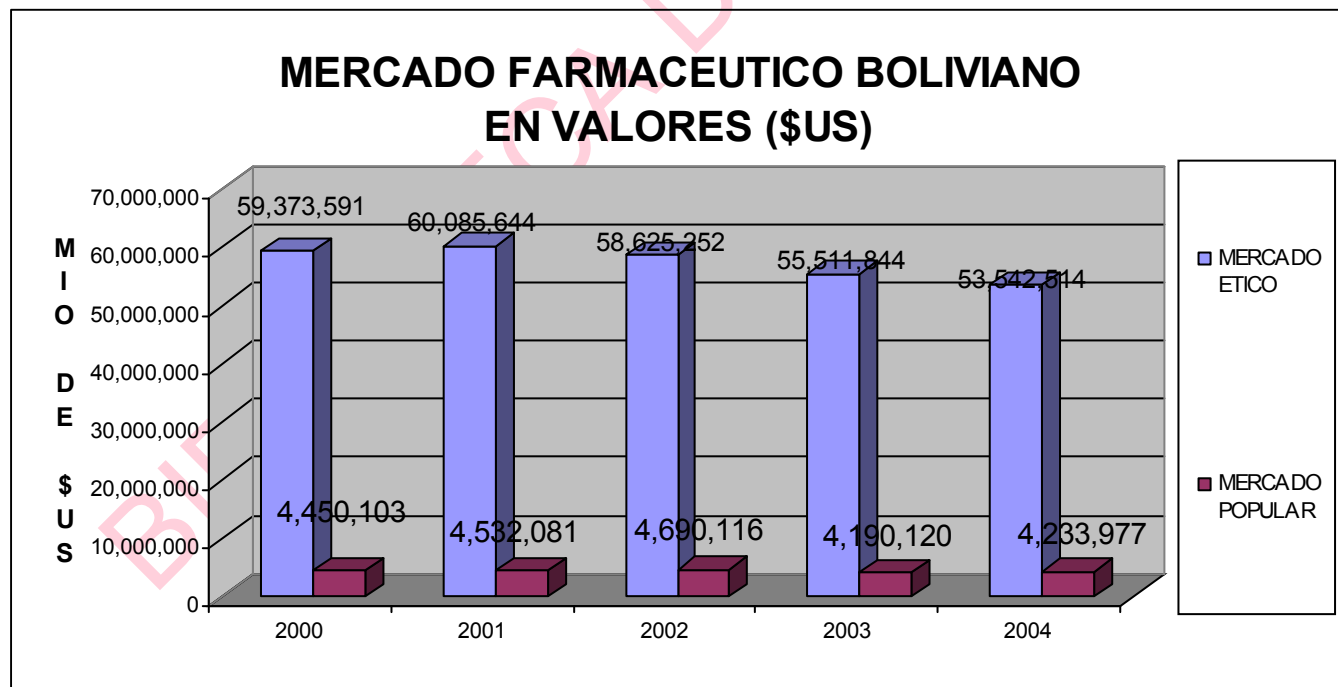
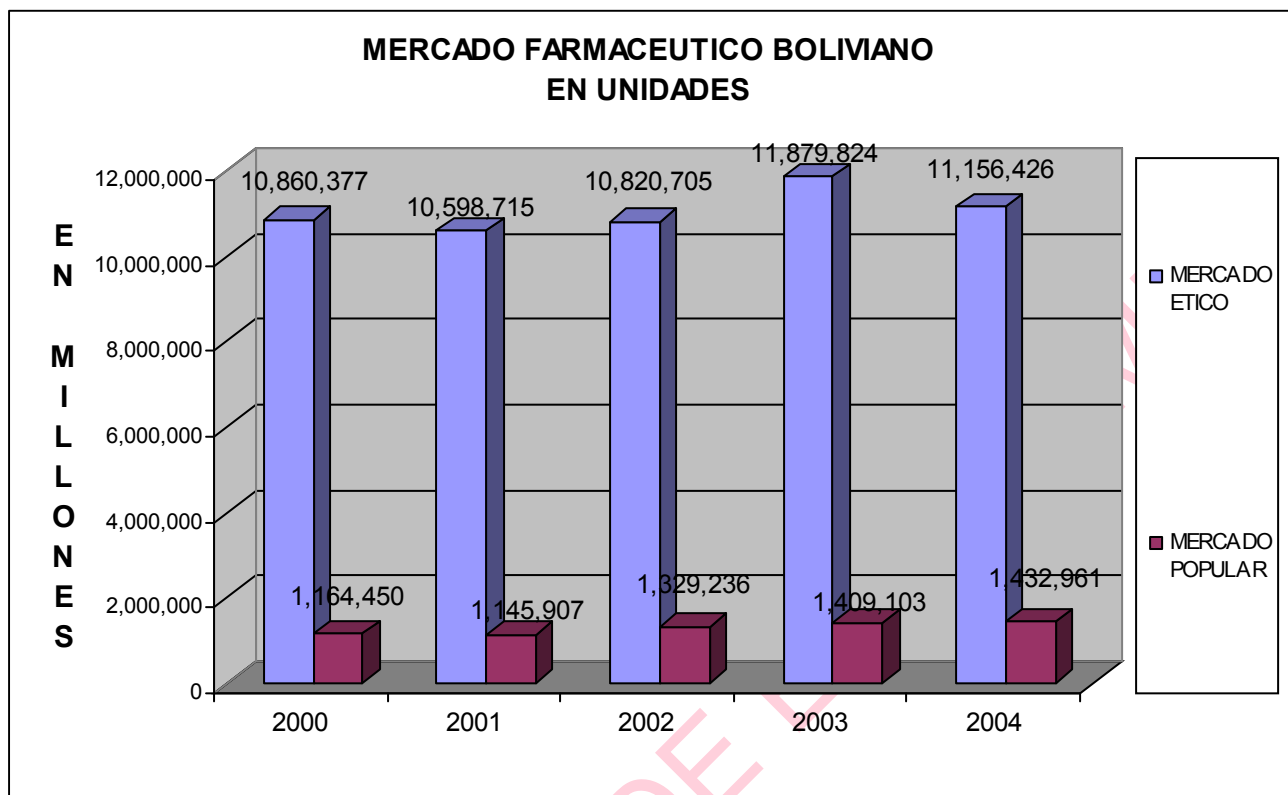


GRAFICO No. 8.- MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO- UNIDADES



FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No. 9.- MERCADO FARMACEUTICO BOLIVIANO- PRECIO MEDIO

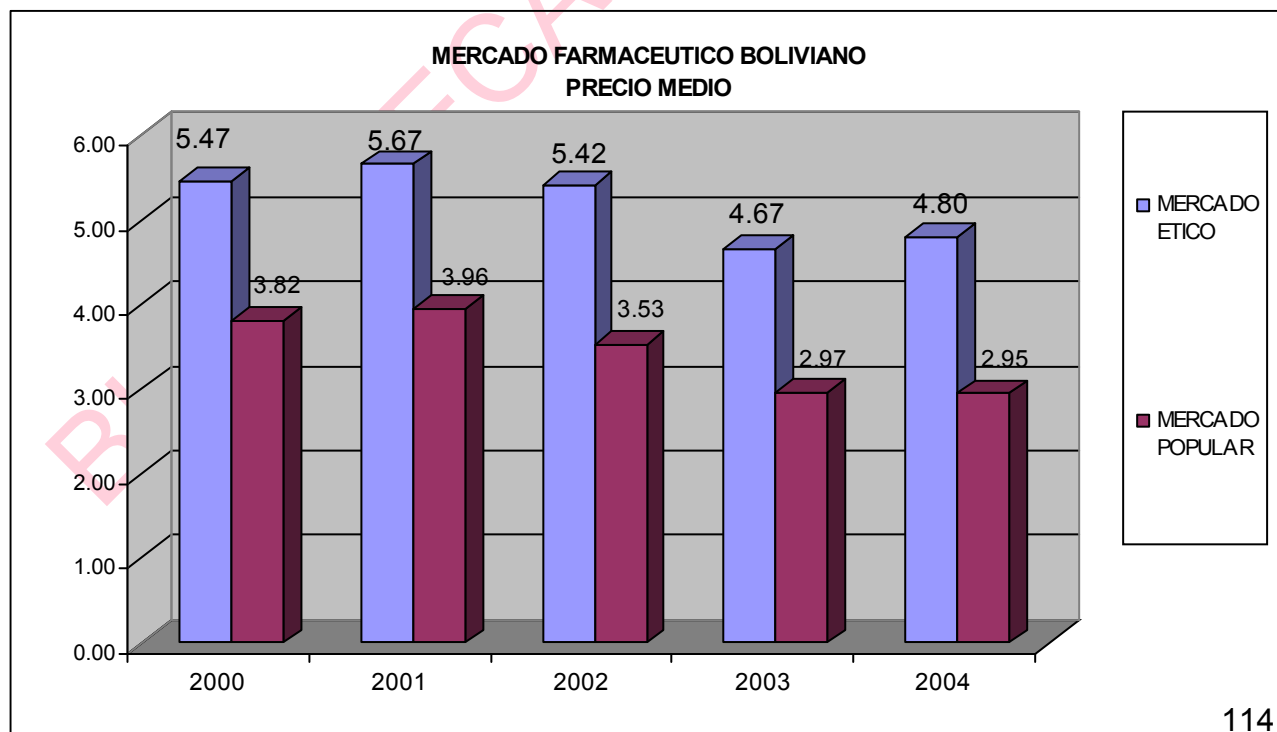


GRAFICO No. 10.- PRODUCTOS LIDERES – MERCADO ETICO – EN VALORES

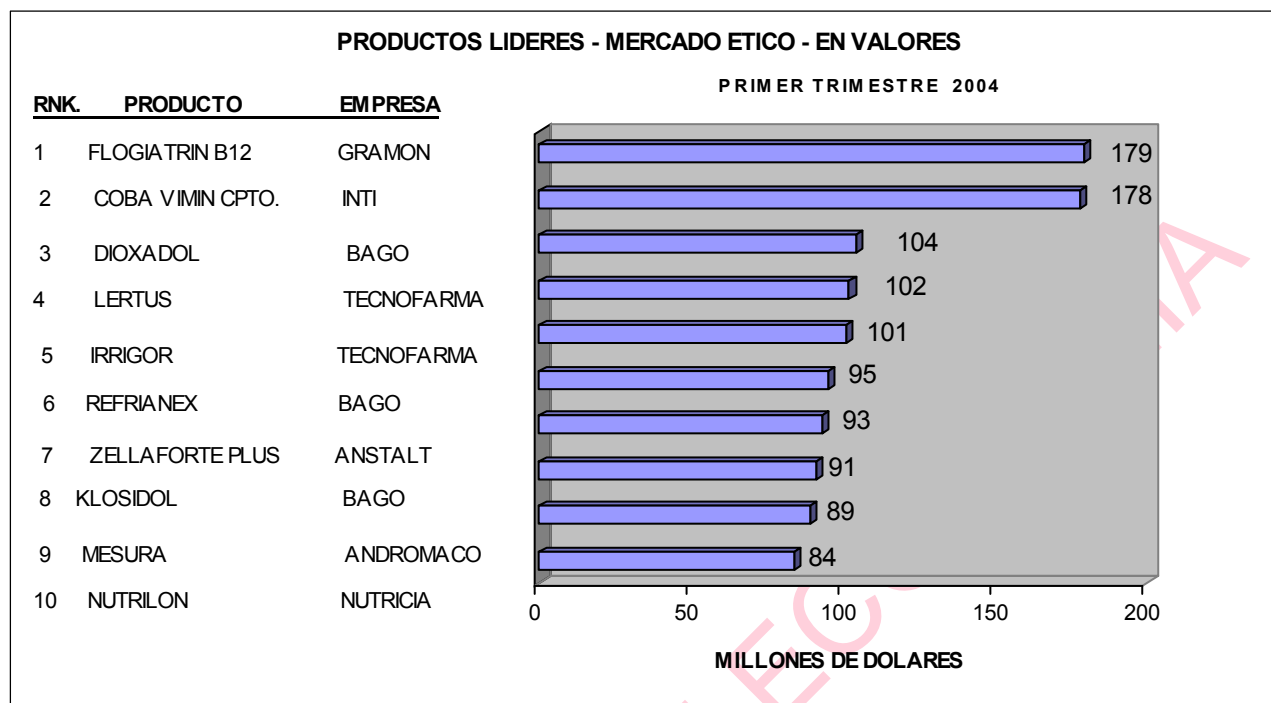
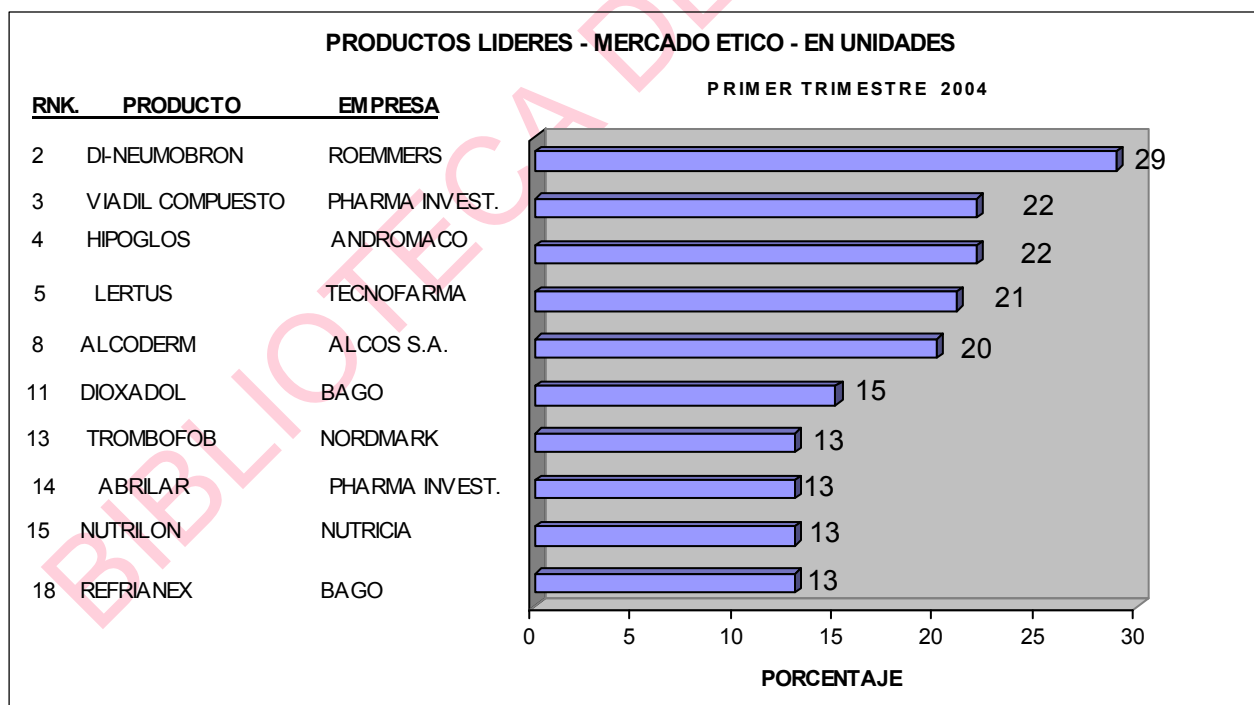


GRAFICO No. 11.- PRODUCTOS LIDERES MERCADO ETICO EN UNIDADES



FUENTE: ELABORACION PROPIA

GRAFICO No: 12.- LABORATORIOS LIDERES – EN VALORES

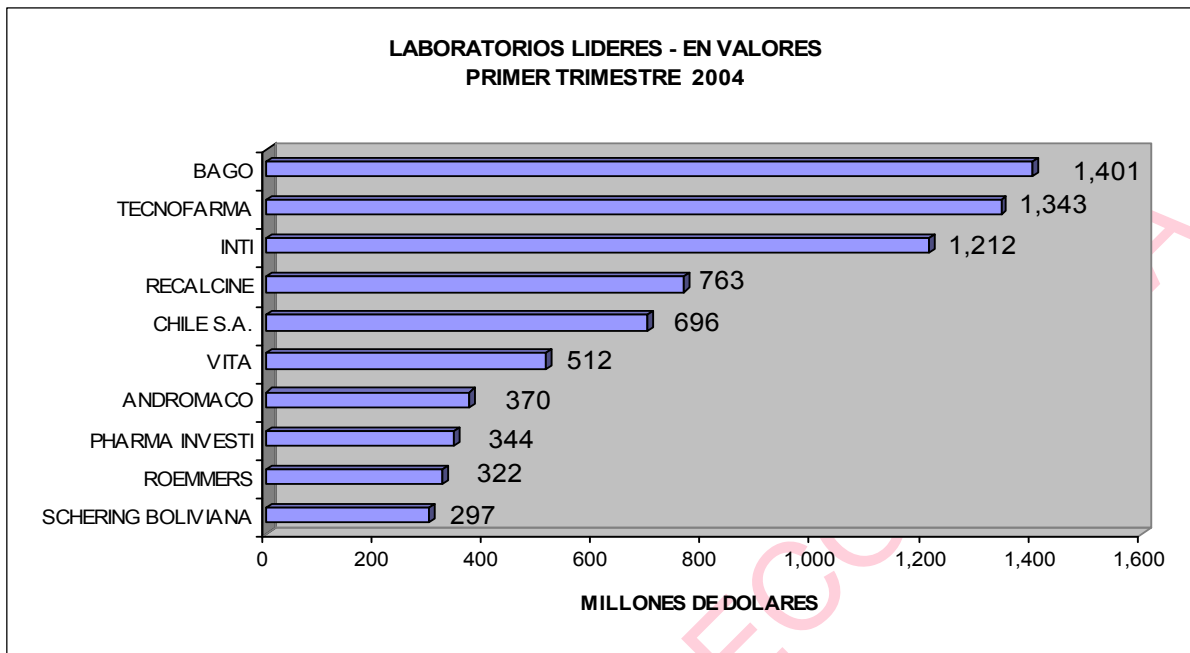
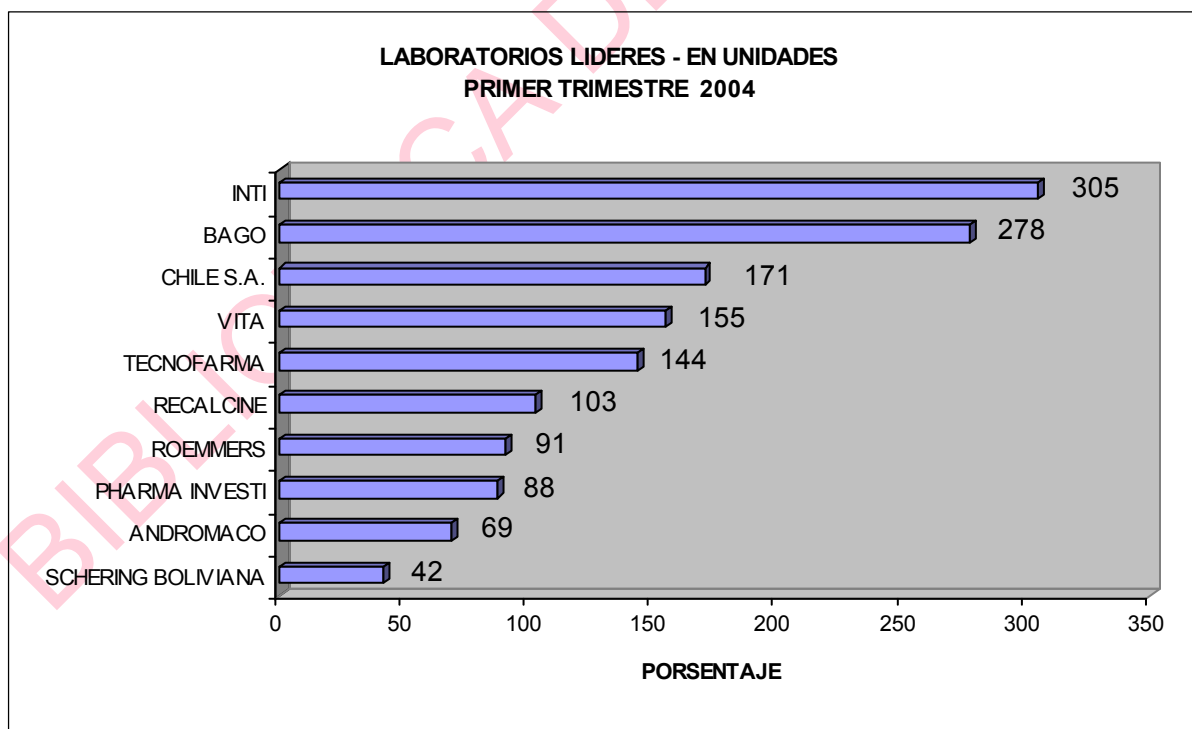


GRAFICO No. 13.- LABORATORIOS LIDERES – EN UNIDADES



FUENTE: ELABORACION PROPIA

6.3. ANALISIS DE RESULTADOS

La normativa del campo farmacéutico nacional gira alrededor de disposiciones enmarcadas en la Ley del medicamento y su respectivo Decreto Reglamentario, El Ministerio de Salud y Deportes ha elaborado normas, manuales y reglamentos para cada actividad dentro el campo farmacéutico, los cuales podemos detallar a: Normas Farmacológicas, Reglamento de la comisión nacional de farmacovigilancia, Normas para medicamentos de venta libre, Normas de Buenas Practicas de Manufactura, Guía de inspección de Buenas practicas de manufactura, normas éticas para la promoción de medicamentos, manual para el registro sanitario, manual de farmacias, Lista de medicamentos controlados, lista nacional de medicamentos esenciales y por ultimo la lista general y nacional de empresas dedicadas al rubro farmacéutico.

En este sentido el art. 36 del capítulo VI del Reglamento a la Ley del medicamento, menciona que cualquier empresa deberá constituirse legalmente ante el Ministerio de Salud, esta constitución le permitirá y garantizará, la libre producción, importación y comercialización de productos farmacéuticos de manera legal, podrá ser habilitado a licitaciones públicas nacionales, podrá realizar aperturas de sucursales en todo el territorio nacional, etc.

Por otro lado el capítulo VII del Reglamento a la Ley del medicamento, menciona que las empresas farmacéuticas podrán importar fármacos y/o materia prima cumpliendo previamente con los respectivos requisitos exigidos, el despacho aduanero solo se emitirá a empresas legalmente establecidas, de acuerdo al Art. 48.

Asimismo en el Capítulo IX, Art. 55, autoriza el funcionamiento a establecimientos farmacéuticos previo cumplimiento de requisitos técnicos y legales de apertura y funcionamiento, En el art. 62 del mismo reglamento, se autoriza a las industrias farmacéuticas expender a establecimientos farmacéuticos medicamentos al por mayor con el registro sanitario respectivo, emitido por el Ministerio de Salud.

En este sentido el Art. 75 prohíbe el expendio de medicamentos expirados, sin registro sanitario, etiquetado como muestra médica o adquirida de proveedores no acreditados por el Ministerio de Salud.

En el Capítulo XVIII, Art. 120, menciona que las autoridades aduaneras del país, no permitirán el ingreso de productos farmacéuticos que pertenezcan al grupo de productos controlados, sin la previa presentación de la Resolución Ministerial y su certificado de autorización respectiva.

Por último El Art. 142 del Capítulo XX, señala que toda infracción al presente reglamento será sancionada de acuerdo a la gravedad del caso, aplicándose el mismo a personas naturales y jurídicas, según que corresponda, con multas pecuniarias, decomiso del producto y/o clausura temporal o definitiva, por parte de la sección que corresponda del Ministerio de Salud y Deportes.

En este sentido la Ley y las normas correspondientes garantizan la producción y comercialización de la industria nacional del medicamento así como el respaldo jurídico legal de los mismos frente a la industria extranjera en su mayoría de importación.

En base a los cuadros, gráficos y tablas del presente trabajo de investigación se pudo analizar el comportamiento de empresas dedicadas a la gran industria farmacéutica, en todos sus ámbitos por lo que el valor bruto de esta industria a nivel mundial en el último trimestre de 2003 fue de 258 mil millones de Usd., de este valor para Latinoamérica en el mismo periodo fue de 18 mil millones de Usd., asimismo en Bolivia se mueve en el mercado total, vale decir mercado ético y popular, valores para los siguientes periodos: Año 2000: Usd. 63.823,694; 2001: Usd. 64.617,725; 2002: Usd. 63.315,368; 2003: Usd. 59.701,964 y para el año 2004, primer trimestre Usd. 57.776,491. ver anexo 2.

Por otro lado el mercado farmacéutico Latinoamericano cuenta con un movimiento de

ventas en unidades y valores para el año 2003, situado en primer lugar México con 992 millones de Unidades y 7.243 millones de Usd., Brasil con 1.221 millones de Unid. y 4.593 millones de Usd., Argentina con 333 millones de Unid. y 1.681 millones de Usd., Venezuela con 3.173 millones de Unid. y 1.462 millones de Usd., luego después de Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Bolivia se sitúa con 13 millones de Unidades y 59 millones de Usd. Del mercado farmacéutico, ver anexo 1.

El consumo per capita para Latinoamérica en valores y unidades cuenta con: Brasil con una población de 177.360.000 habitantes, 25.9 Usd. y 6.9 Unidades, México una población de 103.375.000 habitantes, 70.1 Usd. y 9.6 Unidades, Colombia una población de 44.562.000 habitantes, 19.6 Usd. y 7 unidades, Argentina una población de 36.992.000 habitantes, 45.4 Usd. y 9 Unidades, Perú con una población de 27.150.000 habitantes, 12.6 Usd. y 2.3 Unidades, luego después de Venezuela, Chile, Ecuador, se encuentra Bolivia con una población de 8.820.000 habitantes, 6.7 Usd. y 1.5 Unidades por habitante.

De acuerdo a información recabada en el presente año (2004), de organismos institucionales y privados dedicados al campo industrial farmacéutico, se tiene a: importadoras de cosméticos (14), importadora de insumos (38), importadora de materia prima (1), importadoras de medicamentos(182), importadora equipos de salud (1), importadora de reactivos químicos (5), laboratorio e importadora (2), laboratorio Fabricante de artículos y cosméticos (1), laboratorio galénico (13), laboratorio industrial cosmético (17), laboratorio industrial farmacéutico (37), laboratorio de productos naturales (7), etc. Los cuales, suman a 318 establecimientos asentados en todo el territorio nacional, de los cuales 168 se encuentran en la Ciudad de La Paz, 90 en Santa Cruz, 54 en Cochabamba, 3 en Oruro, 1 en Potosí y 2 en Tarija.

El mercado farmacéutico en Bolivia (datos primer trimestre 2004), mueve al rededor de 57.776.491 millones de Usd. de este mercado total se genera tres sub sectores dentro

la industria farmacéutica nacional.

Un primer sector con el mercado privado que está cubierto por cadenas de farmacias y farmacias privadas, así como asociaciones, clínicas y hospitales particulares, las mismas se proveen de importadores y productores de fármacos, este sector mueve anualmente alrededor del 54 % del mercado total, lo que significa un total de 31.199.305 Millones de Usd.

Un segundo sector es el Institucional y/o Seguro social, que cubre alrededor de 2.200.000 personas entre asegurados y beneficiarios, principalmente acogidos por la Caja Nacional de Salud, Caja Petrolera de Salud, Caja Bancaria de Salud, Caja de Salud del Servicio Nacional de Caminos, COSSMIL, Seguro Universitario, Caja de Salud del Servicio de Chóferes, este sector provee medicamentos a través de licitaciones, tanto nacionales como internacionales, los mismos son atendidos por importadores y productores de fármacos, asimismo este sector representa el 20 % del mercado total, lo que significa anualmente un total de 11.555.298 millones de Usd.

Por último un tercer sector, el contrabando, quizás el que representa un freno para el desarrollo del mercado farmacéutico y de la industria nacional de medicamentos, que proviene principalmente de los países vecinos como Chile, Argentina, Brasil, Perú y otros, los cuales son expendidos en lugares o sectores de higiene dudosa, con una calidad dudosa del producto, así como en farmacias clandestinas y otros.

Este sector representa el 26 % del mercado total, lo que significa un total de, 15.021.887 millones de Usd. Aproximadamente.

En el año 2003 alrededor de 17 empresas dedicadas al rubro farmacéutico ha exportado sus productos, entre ellos Abe pharma, Alcos, Bago, Bolivar farma, Crespal, c-trans, general management services, Inti, lafar, Min de Salud, pharma investi,

Pharmatec boliviana, Planta medica, procter y gamble, Quimiza Ltda., Tecnofarma, Trébol.

El presente cuadro indica las exportaciones del rubro farmacéutico por años, se evidencia claramente que ha existido un alza significativa en la venta de fármacos a países destinos.

RESUMEN DE EXPORTACIONES (En Usd)

AÑO	KG	VALOR
2000	99.979.01	1.171.637,00
2001	116.740.74	1.354.384.26
2002	57.443.63	1.148.879.89
2003	89.300.08	1.454.524.03

FUENTE: Elaboración propia

Asimismo el cuadro siguiente muestra los mayores destinos de exportación, el cual muestra que Perú es el país al que más se exporta, seguido de Paraguay.

MAYORES DESTINOS DE EXPORTACION (Año 2003)

PAIS	KG	VALOR
PERU	73.174.28	1.217.408.12
PARAGUAY	13.666.8	165.723.12
ECUADOR	490	49.416
URUGUAY	15	2.075.94
OTROS	1.954	19.900.85
TOTAL	89.300.08	1.454.524.03

FUENTE: Elaboración propia

Las empresas de mayor exportación en Bolivia para el año 2003 fueron TERBOL S.A. seguido de INTI S.A. empresas nacionales, otro aspecto de importancia que favorece a la industria nacional, indicando claramente que la industria nacional no se encuentra en desventaja frente a la industria extranjera del medicamento.

EMPRESAS DE EXPORTACION (Año 2003)

EMPRESA	KG	VALOR
TERBOL S.A.	68.081,56	1.069,675.33
INTI S.A.	13.629,58	299.957,88
ALCOS S.A.	5.672,74	1.970
TECNOFARMA	342	48.216
OTROS	1.574,20	34.704,82
TOTAL	89.300.08	1.454.524.03

FUENTE: Elaboración propia

Por otro lado se evidencia que existe un mayor movimiento en ventas del mercado farmacéutico de productos éticos en Bolivia, como muestra el siguiente cuadro.

MERCADO TOTAL DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS EN BOLIVIA EN UNIDADES Y VALORES Usd AÑO 2003.

	UNIDADES	VALORES	PRECIO MEDIO
MERCADO ETICO	11.879,824	55.511,844	6.67
MERCADO POPULAR	1.409,103	4.190,120	2.97
TOTAL	13.288,927	59.701,964	

FUENTE: Elaboración propia

LABORATORIOS LÍDERES A NIVEL LATINOAMERICANOS EN EL AÑO 2002.

CORPORACION	Usd	RNK	DESTINO	Usd	DESTINO	Usd.	DESTINO	Usd
ROCHE	964	1ro. A	MEXICO	572	BRASIL	171	ARGENTINA	68
AVENTIS S.A.	894	5to. A	MEXICO	265	BRASIL	265	VENEZUELA	73
Glaxosmithkline	849	2do. A	MEXICO	445	BRASIL	170	ARGENTINA	51

NOVARTIS	841	4to. A	MEXICO	297	BRASIL	265	VENEZUELA	66
PFIZER	780	3ro. A	MEXICO	332	BRASIL	184	VENEZUELA	102

FUENTE: Elaboración propia

Por otro lado se muestra a los laboratorios líderes a nivel nacional para el año 2004, evidenciando claramente que las empresas nacionales como INTI y VITA se encuentran dentro de los 10 primeros lugares en ventas a nivel nacional, demostrando plenamente que la industria nacional compite y no se encuentra en desventaja frente a la industria multinacional del medicamento.

RESUMEN DE VENTAS A NIVEL NACIONAL (10 PRIMERAS EMPRESAS)

RNK	EMPRESA	UNIDADES (En miles)	VALORES (miles de Usd.)
1	BAGO	305	1.401
2	TECNOFARMA	144	1.343
3	INTI	278	1.212
4	RECALCINE	103	763
5	CHILE S.A.	171	696
6	VITA	155	512
7	ANDROMACO	69	370
8	PHARMA INVESTI	88	344
9	ROEMMERS	91	322
10	SHERING BOLIVIANA	42	297

FUENTE: Elaboración propia

Con relación al movimiento de productos líderes Alcoderm de laboratorios ALCOS se encuentra en el puesto No. 5 del ranking a nivel nacional en producción, empresa nacional que no se encuentra en desventaja frente a otras empresas extranjeras.

PRODUCTOS LIDERES DEL MERCADO ETICO NACIONAL EN UNIDADES (Primer trimestre de 2004)

RNK	PRODUCTOS	EMPRESA	UNIDADES (miles de Usd.)
1	Di-neumobron	Roemmers	29
2	Viadil compuesto	Pharma investi	22
3	Hipoglos	Andromaco	22
4	Lertus	Tecnofarma	21
5	Alcoderm	Alcos	20
6	Dioxadol	Bago	15
7	Trombofob	Nordmark	13
8	Abrigar	Pharma Investi	13
9	Nutrilon	Nutricia	13

De igual forma la venta de productos farmacéuticos como COBA Vimin de INTI, se encuentra en el puesto No. 2 del ranking a nivel nacional, compitiendo con otras industrias internacionales, lo que demuestra que la industria nacional no está en desventaja frente a la industria multinacional del medicamento.

PRODUCTOS LIDERES DEL MERCADO ETICO NACIONAL EN VALORES
(Primer trimestre de 2004)

RNK	PRODUCTOS	EMPRESA	VALORES (Miles de Usd.)
1	Flogiatrin B12	Grammon	179
2	Coba vimin Compuesto	INTI	178
3	Dioxadol	Bago	104
4	Lertus	Tecnofarma	102
5	Irrigor	Tecnofarma	101
6	Refrianex	Bago	95
7	Zella forte plus	Ansta	93
8	Klosidol	Bago	91

9	Mesura	Andromaco	89
10	Nutrilon	Nutricia	84

A nivel mundial, la industria farmacéutica invierte más de Usd.. 30 mil Millones al año promocionando sus productos, monto que resulta ser más alto de lo que invierte en investigación y desarrollo de nuevos medicamentos, según la OMS (Organización Mundial de la Salud) la estructura de costos de una compañía farmacéutica investigadora (en porcentaje de ventas) debería involucrar en 30 % a producción y control de calidad, 15%, a investigación y desarrollo, 15%, a gastos de administración científica, 5%, a publicidad, 7% a distribución, 7% a gastos de administración, 6%, a gastos varios y 15%, a ganancias antes de impuestos.

Con relación al costo promedio de cada literatura o propaganda impresa oscila entre los Bs. 0,60 a 6,5 por unidad, dependiendo del tamaño, del tipo (trípticos, folletos, volantes, etc.), calidad del papel, colores, etc.

Si se estima que en Bolivia existen en ejercicio profesional aproximadamente 10.000 médicos, sin tomar en cuenta otra categoría de profesionales de la salud, se invertirían 1.260.000 Usd., si añadimos el número de profesionales odontólogos, farmacéuticos, bioquímicos, enfermeras, etc., existentes en el país, este valor de inversión en promoción y publicidad, fácilmente se duplicaría e incluso triplicaría.

CAPITULO VII.

7. CONCLUSIONES

- 1.- Según los resultados de la investigación, queda claro que si existe las condiciones necesarias tanto jurídica como legal para que el sector farmacéutico nacional pueda competir con: la elaboración de farmacos, importación de

productos farmacéuticos, exportación de fármacos a diversos países y la comercialización de productos en el interior como exterior del país.

De acuerdo a la Ley del medicamento y su Decreto Reglamentario, se encuentran tipificadas las normas que establecen el legal funcionamiento de: industrias farmacéuticas, empresas importadoras, comercializadoras y exportadoras de productos farmacéuticos de y hacia Bolivia, se manifiesta también parámetros estandarizados de control de calidad, para industrias o laboratorios, así como para productos destinados a aliviar la salud de la población.

No obstante la desventaja es menor con respecto a la influencia del modelo político nacional del medicamento por parte de instituciones estatales, la normativa se cumple podríamos decir en un 80%. Hacia la industria farmacéutica nacional, el Ministerio de Salud no cuenta con la capacidad humana y logística para: verificar, inspeccionar e incautar productos de dudosa calidad y procedencia, así como una evidente falta de coordinación con organismos aduaneros para precautelar el libre tránsito de productos importados no autorizados.

El control efectivo de estos aspectos de gran interés, beneficiaría a la industria farmacéutica en todo su campo de acción, produciendo mayores volúmenes de productos, comercializarían en todos los sectores marginales o periféricos de las ciudades, incrementarían las importaciones de productos y por supuesto mejorarían los importes tributarios.

- 2.- El movimiento en valores del mercado total ético y popular a nivel nacional desde el año 2000 a la fecha ha ido fluctuando entre los 63 a 57 millones de dólares, montos significativos para nuestro medio con relación a países vecinos.

El movimiento en unidades vendidas en este ultimo tiempo fue de 13 millones de unidades, de igual forma monto significativo para nuestro medio, con relacion a paises vecinos, como se demuestra, la industria nacional compite en la venta y la produccion de farmacos ocupando puestos de importancia en el ranking nacional, frente a la industria multinacional.

- 3.- En Bolivia existen alrededor de 318 empresas dedicadas a la industria farmaceutica, de los cuales 75 empresas son laboratorios industriales fabricantes y 243 son importadoras de productos, reactivos e insumos farmaceuticos, la mayor parte de estas empresas se encuentran en la Ciudad de La Paz con 168 empresas, luego Santa Cruz con 90, Cochabamba con 54 y entre Oruro, Potosi y Tarija 6 empresas, la instalacion de empresas en la ciudad de La Paz, se debe principalmente a: sede de gobierno, centralizacion de instituciones publicas y privadas.
- 4.- En Bolivia se ve claramente que existe tres sectores principales, el privado con un mayor porcentaje del mercado farmaceutico nacional (54%), debido a las cadenas de farmacias privadas, al gran numero de personas no aseguradas o afiliadas a centros de salud, luego el sector institucional con un porcentaje menor (20%), que solamente cubre a personas aseguradas, y por ultimo el sector del contrabando con un (26%), del mercado total nacional, representado por personas naturales que se benefician con la compra y venta ilicita de farmacos de procedencia dudosa.
- 5.- En el campo de la exportación si bien son pocas las empresas dedicadas a la exportacion de farmacos (17), el comportamiento de ventas en unidades y valores es relativamente aceptable con un promedio 90.865.87 unidades y 1.282.356.30 de dolares americanos, se ha demostrado que la industria nacional se encuentra en los primeros lugares de exportación frente a industrias

multinacionales.

- 6.- Por ultimo con la información mostrada en capitulos anteriores en gran medida se ha demostrado que la industria nacional no se encuentra en desventaja frente a la industria multinacional, comparando venta de farmacos, producción en unidades, estabilidad juridica – legal y comercialización.

8.- **RECOMENDACIONES**

- 1.- Con relación a la Ley del Medicamento hemos señalado que se cumple en un 80% la normativa vigente debida a la falta de recursos humanos capacitados así como medios logísticos, este hecho repercute directamente en el contrabando, por lo que se sugiere que este control se lo realice de manera mas eficiente coordinando actividades con organismos involucrados en el rubro como: ASOFAR; CIFABOL, Colegio de Bioquímicas y Farmacia, etc., así como la Policía Boliviana capacitando al sector previamente.
- 2.- Por otro lado es sector aduanero deberá ejercer un mejor control en fronteras,

para evitar la introducción de productos farmacéuticos de contrabando, así como convenios con países vecinos para resguardar nuestras fronteras.

- 3.- Este trabajo de investigación contiene información de gran importancia para el sector farmacéutico, la recopilación de información ha sido dificultosa debido al poco apoyo por parte de organismos estatales, no existe información detallada de importación de productos farmacéuticos ya que este rubro a nivel gubernamental (INE, Cámara de Comercio, Etc.) se lo maneja dentro lo que significa industrias manufactureras.
- 4.- Se recomienda a organismos nacionales que como existe una cámara de exportadores, también debería existir una cámara de importadoras de productos farmacéuticos, para aglutinar a todas estas empresas y así poder obtener información detallada.

9. REVISION BIBLIOGRAFICA

COCHOLEADES MILTIADES	Economía Internacional, Mc-Graw-Hill Bogota Colombia. 1992
CORNEJO RAMIREZ, ENRIQUE	Comercio Internacional hacia una gestion San Marcos, 1996, Lima Peru.
ESTAPLETON	Marketing Internacional. Edicion Deusto. España, 1993.
FUNDACION PANAMERICANA PARA EL DESARROLLO (PADE).	Diagnóstico de los sistemas de Distribución de Fármacos e Insumos Médicos existentes en Bolivia, la Paz 1994.
GAY ANTONIO RODRIGEZ	Instituto de comercio Exterior en PRESENCIA, La Paz, 1999.
HERNANDEZ SAMPIERI, ROBERTO FERNANDEZ C., CARLOS BAPTISTA LUCIO, PITER KRUGMAN PAUL/ NORTHAUS	Metodologia de la investigacion, ed. Mc Graw Hill, México, 1998, Segunda Edición. Economía, Ed. Mc Graw Hill, Madrid España,

**LEY DEL MEDICAMENTO
MULLER ASOCIADOS**

1990.
Secretaría Nacional de Salud, La Paz.
Evaluación Económica 1997, La Paz, Marzo.
1998.

SALVATORE, DOMINIC

Economía Internacional. Edición Mc. Graw-Hill. 1996. México.

SIRC L.

Iniciación al Comercio Internacional, Siglo XXI. Edición México, 1998.

UCULMANA S. PETER

Comercio Internacional y Desarrollo ESTAMPA, La Paz Bolivia 1997.

IMS health

2004

SIVEX

2004

GUILLERMO TABLA GUEVARA

Guía para implantar la norma ISO 9000, McGraw-Hill, 1998

ANDRES SENLLE – JOAN VILAR

Enciclopedia de Excelencia y Calidad Total ISO 9000 en empresas y servicios, Ed. Gestión 2000, 1996.

**ANALISIS DE LA PROMOCION
DE MEDICAMENTOS EN BOLIVIA
Oscar Lanza**

Volumen 1, (2) Septiembre de 1998
Investigaciones en América Latina

OMS/OPS.

Alternativas de Políticas de Precios de Medicamentos en las Américas. Serie "Economía de la Salud y Medicamentos", No.1, 1995.

Boletín, HAI.

Política de Medicamentos en la 49ava. Asamblea Mundial de la Salud. Mayo 1996.

AIS – LAC

Estudio Preliminar. Regulación de la Promoción Farmacéutica en países latinoamericanos. Lima - Perú 1997.

9.1.- REVISTAS Y DIARIOS.

CARTA MEDICA

Revista Médica de Acción Internacional la salud (Bolivia) VAL, XII, La Paz.

HOESCH, REVISTA

Fomentando el liderazgo Mundial en

	Farmacéutica, Buenos Aires, Argentina, 1997.
LA RAZON, REPORTAJE	El Negocio de los Medicamentos, sep. 7, 1998, pag. A-7 La Paz Bolivia
NOVARTIS REVISTA	Lider Mundial en la Industria Farmacéutica, Buenos Aires, Argentina, 1997.
PORTER MICHAEL (LIBRO)	Ser competitivo, Ed. Deusto, Bilbao, España, 1999.
OMS/ OPS	
OMS/OPS	Alternativas de políticas de Precios de Medicamentos en las Américas, serie, Economía de la salud y Medicamentos N° 1, Berna – Suiza, 1995.
SIKMUND WILLIAM/ D'AMICO MICHAEL	Marketing Universitario, Edit. CESCA, México, 1994.

BIBLIOTECA DE ECONOMIA

ANEXOS

BIBLIOTECA DE ECONOMIA

ANEXO No. 1

MERCADO FARMACEUTICO LATINOAMERICANO 2003

20 PRIMERAS CORPORACIONES, SEGÚN VENTAS EN MILLONES DE DOLARES – PRINCIPALES MERCADOS

POS	CORPORACION	PAIS DE ORIGEN	MILLONES DE DOLARES				T. CRES. %	No. 1	VENTA MIO Usd.	No. 2	VENTA MIO Usd.	No. 3	VENTA MIO Usd.
			1998	2000	2001	2002							
1	ROCHE	SUIZA	1038	1086	1070	964	9.5	MEXICO	572	BRASIL	171	ARGENTINA	68
2	AVENTIS	FRANCIA - ALEMANIA		1066	1003	894		MEXICO	265	BRASIL	265	VENEZUELA	73
3	GLAXOSMITHKLINE	REINO UNIDO			931	849		MEXICO	445	BRASIL	170	ARGENTINA	51
4	NOVARTIS	SUIZA	1031	986	899	841		MEXICO	297	BRASIL	265	VENEZUELA	66
5	PFIZER	USA	503	565	778	780	14.6	MEXICO	332	BRASIL	184	VENEZUELA	102
6	SCHERING – PLOUGH	USA	711	745	792	762	6.3	MEXICO	435	BRASIL	142	VENEZUELA	63
7	BRISTOL - MYERS SQUIBB	USA	882	814	623	677	0.2	MEXICO	374	BRASIL	133	VENEZUELA	42
8	BOEHRINGER INGELHEIM	ALEMANIA	662	676	682	600	5.2	MEXICO	319	BRASIL	134	COLOMBIA	38
9	AMERICAN HOME PROD.	USA	703	685	659	588	2.1	MEXICO	290	BRASIL	136	COLOMBIA	57
10	ABBOTT	USA	426	445	566	530	8.7	MEXICO	229	BRASIL	128	COLOMBIA	46
11	JOHNSON & JOHNSON	USA	554	532	518	498	3.2	MEXICO	272	BRASIL	142	VENEZUELA	26
12	MERCK CO.	USA	361	475	508	469	11.5	MEXICO	213	BRASIL	95	VENEZUELA	53
13	PHARMACIA	USA		507	508	430		MEXICO	160	BRASIL	103	VENEZUELA	58
14	BAYER	ALEMANIA	491	485	482	411	5.5	MEXICO	201	BRASIL	51	VENEZUELA	47
15	SCHERING A.G.	USA	396	390	379	346	2.3	BRASIL	135	MEXICO	80	COLOMBIA	33
16	SANOFI – SYNTHELABO	FRANCIA	331	366	351	332		MEXICO	138	BRASIL	103	COLOMBIA	23
17	NESTLE	SUIZA	338	328	342	322	4.7	MEXICO	121	BRASIL	97	COLOMBIA	37
18	MERCK A.G.	ALEMANIA	303	316	324	316	5.3	MEXICO	133	BRASIL	71	VENEZUELA	31
19	ALTANA INDUSTRIAL	ALEMANIA	292	297	291	302	4.3	MEXICO	183	BRASIL	96	ARGENTINA	17
20	ASTRAZENECA	SUECIA - REINO UNIDO		262	268	271		MEXICO	144	BRASIL	74	VENEZUELA	15

FUENTE: FIFARMA CON DATOS DE THE MULTINACIONAL MARKET LATIN AMERICA 2004, IMS

ANEXO No. 2

PRODUCTOS LIDERES – MERCADO ETICO NACIONAL - PRIMER TRIMESTRE 2004

		VALORES EN U\$S								UNIDADES					
		PRIMER TRIMESTRE 2004				ULTIMOS 12 MESES				PRIMER TRIMESTRE 2004			ULTIMOS 12 MESES		
		RNK.	(+000)	%	P. MEDIO	RNK.	(+000)	%	P. MEDIO	RNK.	(+000)	%	RNK.	(+000)	%
MERCADO TOTAL	EMPRESA		12,627	100	5		53,540	100	5		2,583	100		11,157	100
FLOGIATRIN B12	GRAMON BOL.	1	179	1.42	34	1	698	1.30	30	94	5	0.20	96	23	0.21
COBA VIMIN CPTO	INTI	2	178	1.41	28	2	616	1.15	23	74	6	0.25	80	26	0.24
DIOXADOL	BAGO	3	104	0.82	7	3	475	0.89	8	11	15	0.59	11	60	0.54
LERTUS	TECNOFARMA	4	102	0.80	5	4	424	0.79	4	5	21	0.83	2	113	1.01
IRRIGOR	TECNOFARMA	5	101	0.80	21	16	236	0.44	13	108	5	0.19	128	19	0.17
			664	5.25			2,449.00	4.57			52.00	2.06		241.00	2.17
REFRIANEX	BAGO	6	95	0.75	7	6	379	0.71	8	18	13	0.49	23	45	0.41
ZELLAFORTE PLUS	ANSTALT	7	93	0.73	35	12	261	0.49	34	247	3	0.10	383	8	0.07
KLOSIDOL	BAGO	8	91	0.72	11	5	389	0.73	10	43	8	0.31	31	39	0.35
MESURA	ANDROMACO	9	89	0.71	16	8	292	0.55	15	86	6	0.22	121	19	0.17
NUTRILON	NUTRICIA	10	84	0.67	6	7	354	0.66	7	15	13	0.51	14	54	0.49
			1,116	8.83			4,124	7.71			95	3.69		406	3.66
XENICAL	ROCHE	11	80	0.63	77	27	184	0.34	72	614	1	0.04	916	3	0.02
DI-NEUMOBRON	ROEMMERS	12	74	0.59	3	11	263	0.49	3	2	29	1.11	6	82	0.73
BEBELUZ	IND DIAGNOS.	13	73	0.58	153	74	125	0.23	153	1.042	0	0.02	1,548	1	0.01
CLOFENAC	BAGO	14	73	0.57	8	9	286	0.53	9	39	9	0.34	55	31	0.28
KLOSIDOL NF	BAGO	15	67	0.53	24	15	245	0.46	22	234	3	0.11	244	11	0.10
			1,483	11.73			5,227	9.76			137	5.31		534	4.80
ULTRACILINA	TECNOFARMA	16	63	0.50	5	24	189	0.35	3	20	12	0.47	13	55	0.49
COBA VIMIN	INTI	17	60	0.47	33	10	274	0.51	33	368	2	0.07	345	8	0.07

RIGIX	TECNOFARMA	18	59	0.47	15	32	174	0.32	14	154	4	0.15	219	13	0.11
REGENTAL E	TECNOFARMA	19	58	0.46	11	43	152	0.28	7	89	5	0.21	112	21	0.19
IPOGRAS	CHILE S.A.	20	56	0.44	19	14	259	0.48	20	215	3	0.11	201	13	0.12
			1,779	14.07			6,275	11.70			163	6.32		644	5.78
HIPOGLOS	ANDROMACO	21	56	0.44	3	26	187	0.35	3	4	22	0.86	8	74	0.66
MAGNATIL	TECNOFARMA	22	55	0.44	7	38	162	0.30	5	41	8	0.32	43	35	0.32
ABRILAR	PHARMA INVE.	23	55	0.44	4	50	145	0.27	5	14	13	0.51	53	31	0.28
VIADIL COMPUESTO	PHARMA INVE.	24	54	0.43	2	13	260	0.49	2	3	22	0.87	3	106	0.95
IRRIGOR PLUS	TECNOFARMA	25	52	0.41	15	72	126	0.24	10	164	4	0.14	227	12	0.11
			2,051	16.23			7,155	13.35			232	9.02		902	8.10
DOLGENAL	TECNOFARMA	26	52	0.41	7	49	147	0.28	5	56	7	0.27	67	29	0.26
YASMIN	SHERING	27	51	0.41	10	90	117	0.22	10	101	5	0.19	249	11	0.10
SEPTICIDE	BAGO	28	51	0.40	11	22	204	0.38	11	116	5	0.18	133	18	0.16
FLUIMUCIL	ZAMBON	29	51	0.40	5	139	90	0.17	3	24	10	0.40	39	36	0.32
SUPRACAM	TECNOFARMA	30	51	0.40	12	89	118	0.22	7	127	4	0.17	146	17	0.15
			2,307	18.25			7,831	14.62			263	10.23		1,013	9.09
LIPOTROPIC	RECALCINE	31	48	0.38	32	21	208	0.39	32	433	2	0.06	448	7	0.06
CORODIN - D	RECALCINE	32	48	0.38	17	20	210	0.39	17	232	3	0.11	226	12	0.11
TAVOR	TECNOFARMA	33	47	0.38	17	51	145	0.27	14	235	3	0.11	270	11	0.09
ALCODERM	ALCOS S.A.	34	47	0.37	2	28	181	0.34	2	8	20	0.76	7	74	0.66
TROMBOFOB	NORDMARK	35	44	0.35	3	40	158	0.30	3	13	13	0.52	21	47	0.42
			2,541	20.11			8,733	16.31			304	11.79		1,164	10.43
PASUMA NF	INTI	36	44	0.35	4	34	167	0.31	5	23	11	0.43	36	37	0.33
VALPAKINE	SANOFI S.	37	44	0.35	13	93	115	0.21	12	173	3	0.13	303	10	0.09
UROGRAFINA	SHERING	38	43	0.34	102	229	59	0.11	58	1.102	0	0.02	1,408	1	0.01
FLOGENE	TECNOFARMA	39	43	0.34	9	45	150	0.28	6	107	5	0.19	84	25	0.23
ENALAP	BAGO	40	43	0.34	6	29	179	0.33	6	57	7	0.27	54	31	0.28

			2,758	21.83			9,403	17.55			330	12.83		1,268	11.37
GERIATRIC	PHARMATON	41	42	0.33	28	56	139	0.26	28	443	1	0.06	576	5	0.04
NASTIZOL	BAGO	42	42	0.33	5	30	177	0.33	5	45	8	0.30	41	35	0.32
COMPLEJO B-VIMIN	INTI	43	42	0.33	6	17	236	0.44	7	69	6	0.25	51	33	0.29
AZITROM	TECNOFARMA	44	41	0.33	13	57	138	0.26	10	185	3	0.12	184	14	0.12
CIFLOXIN	RECALCINE	45	41	0.32	9	35	166	0.31	10	120	5	0.18	149	17	0.15
			2,966	23.47			10,259	19.15			353	13.74		1,372	12.29
NOLOTEN	TECNOFARMA	46	40	0.32	16	52	142	0.27	11	281	2	0.09	218	13	0.11
FLORESTOR	INTI	47	39	0.31	6	23	195	0.36	6	55	7	0.27	49	34	0.30
VIAGRA	PFIZER	48	39	0.31	27	36	165	0.31	27	469	1	0.05	480	6	0.05
CONTRACTUBEX	MERZ	49	38	0.30	9	48	149	0.28	9	138	4	0.16	154	17	0.15
ISOFACE	PROCAPS	50	38	0.30	31	39	159	0.30	34	529	1	0.05	607	5	0.04
			3,160	25.01			11,069	20.67			368	14.36		1,447	12.94
OTROS PRODUCTOS			9,467	74.99	0	0	42,471	79.33	0	0	2,215	85.64	0	9,710	87.06
TOTAL			12,627	100.00			53,540	100.00			2,583	100.00		11,157	100.00

FUENTE: FIFARMA CON DATOS DE THE MULTINACIONAL MARKET LATIN AMERICA 2004, IMS

ANEXO No. 3

LABORATORIOS LIDERES – (DOLARES Y UNIDADES) - PRIMER TRIMESTRE 2004

	VALORES EN U\$S								UNIDADES					
	PRIMER TRIMESTRE 2004				ULTIMOS 12 MESES				PRIMER TRIMESTRE 2004			ULTIMOS 12 MESES		
	RNK.	(+000)	%	P. MEDIO	RNK.	(+000)	%	P. MEDIO	RNK.	(+000)	%	RNK.	(+000)	%
MERCADO TOTAL		13,525	100	5		57,776	100	5		2,903	100		12,589	100
BAGO	1	1,401	10.36	5	2	5,848	10.12	5	2	278	9.59	2	1,186	9.42
TECNOFARMA	2	1,343	9.93	9	4	4,471	7.74	7	5	144	4.98	5	678	5.39
INTI	3	1,212	8.96	4	1	5,963	10.32	4	1	305	10.50	1	1,519	12.06
RECALCINE	4	763	5.64	7	3	4,869	8.43	9	6	103	3.54	6	542	4.30
CHILE S.A.	5	696	5.15	4	5	3,132	5.42	4	3	171	5.89	3	798	6.34
Sub total		5,415	40.04			24,283,00	42.03			1,001,00	34.50		4,723,00	37.51
VITA	6	512	3.79	3	6	2,022	3.50	3	4	155	5.33	4	692	5.50
ANDROMACO	7	370	2.74	5	9	1,303	2.26	5	13	69	2.39	14	267	2.12
PHARMA INVESTI	8	344	2.54	4	7	1,539	2.66	4	9	88	3.02	8	362	2.88
ROEMMERS	9	322	2.38	4	8	1,440	2.49	4	8	91	3.12	9	346	2.75
SCHERING BOLIVIANA	10	297	2.20	7	13	966	1.67	7	20	42	1.46	20	147	1.17
Sub total		7,260	53.69			31,553	54.61			1,446	49.82		6,537	51.93
SAVAL S.A.	11	264	1.95	6	10	1,249	2.16	6	18	44	1.52	17	226	1.80
GRAMON BOLIVIA LTDA.	12	260	1.92	23	12	1,072	1.86	19	39	11	0.39	38	58	0.46
ROCHE	13	258	1.91	9	17	820	1.42	7	24	29	1.00	22	122	0.97
MERCK S.A.	14	234	1.73	4	11	1,155	2.00	4	15	57	1.97	12	269	2.14
TERBOL	15	209	1.55	2	23	561	0.97	2	7	91	3.15	15	263	2.09
Sub total		8,485	62.75			36,410	63.02			1,678	57.85		7,475	59.39
ALCOS S.A.	16	206	1.52	2	14	954	1.65	3	10	87	2.99	7	373	2.96
S.A.E.	17	186	1.38	10	15	954	1.65	9	31	19	0.64	26	111	0.88
PROCAPS	18	172	1.27	8	16	860	1.49	7	27	22	0.76	24	116	0.92

LAFAR	19	163	1.21	4	18	737	1.28	5	19	44	1.50	18	161	1.28
COFAR	20	154	1.14	5	22	585	1.01	4	22	31	1.07	21	145	1.15
Sub total		9,366	69.27			40,500	70.10			1,881	64.81		8,381	66.58
CRESPAL	21	139	1.03	2	19	618	1.07	2	14	59	2.02	13	268	2.13
IFA	22	138	1.02	2	24	529	0.92	2	11	76	2.63	11	278	2.21
BEIERSDORF	23	134	0.99	2	20	608	1.05	2	12	72	2.49	10	338	2.69
NUTRICIA	24	116	0.86	6	26	444	0.77	6	30	19	0.66	31	71	0.56
NORDMARK	25	113	0.84	4	27	432	0.75	4	23	30	1.04	25	112	0.89
Sub total		10,006	74.01			43,131	74.66			2,137	73.65		9,448	75.06
NOVARTIS OPHTHALMI	26	110	0.82	8	25	464	0.80	8	38	13	0.46	37	58	0.46
MAVER	27	109	0.80	5	21	591	1.02	6	28	21	0.74	27	104	0.82
SANOFI SYNTHELABO	28	109	0.80	15	29	387	0.67	14	52	7	0.26	61	27	0.22
PFIZER	29	100	0.74	13	28	398	0.69	14	49	8	0.27	59	29	0.23
ANSTALT	30	93	0.69	35	38	261	0.45	34	102	3	0.09	115	8	0.06
Sub total		10,527	77.86			45,232	78.29			2,189	75.47		9,674	76.85
ALFA	31	74	0.55	3	30	348	0.60	3	26	23	0.79	28	103	0.82
NOVARTIS IND DIAGNOSTIC INC	32	74	0.55	10	33	305	0.53	10	51	8	0.26	56	31	0.24
33	73	0.54	153	67	125	0.22	153	156	0	0.02	180	1	0.01	
AVENTIS PHARMA	34	73	0.54	7	34	300	0.52	9	46	11	0.37	51	34	0.27
ABBOTT	35	69	0.51	6	36	271	0.47	6	45	11	0.37	43	46	0.36
Sub total		10,890	80.55			46,581	80.63			2,242	77.28		9,889	78.55
BAYER	36	69	0.51	2	37	268	0.46	2	21	32	1.10	23	121	0.96
GADOR	37	69	0.51	6	35	277	0.48	7	44	11	0.37	45	39	0.31
SYNCRON	38	65	0.48	6	31	326	0.57	6	41	11	0.38	40	51	0.41
B. BRAUN	39	63	0.46	1	43	227	0.39	1	16	52	1.79	19	160	1.27
IFARBO	40	62	0.46	1	47	216	0.37	1	17	52	1.78	16	227	1.81
Sub total		11,218	82.97			47,895	82.90			2,400	82.70		10,487	83.31

OFTALMER NICOLICH	41	61	0.45	5	32	319	0.55	5	40	11	0.39	35	62	0.50
GALENO	42	60	0.44	3	49	200	0.35	2	29	20	0.68	30	87	0.69
STIEFEL	43	58	0.43	10	41	230	0.40	10	64	6	0.21	67	24	0.19
FERRER INTERN	44	57	0.42	6	40	233	0.40	6	48	9	0.31	48	37	0.29
SCHERING PLOUGH	45	56	0.41	5	44	226	0.39	6	47	10	0.36	46	38	0.30
Sub total		11,510	85.12			49,103	84.99			2,456	84.65		10,735	85.28
SCHMIDTS PHARMA	46	54	0.40	8	39	242	0.42	6	54	7	0.24	47	38	0.30
OM	47	53	0.39	14	46	220	0.38	15	84	4	0.14	84	15	0.12
MERZ	48	53	0.39	11	42	229	0.40	11	73	5	0.17	72	21	0.17
ZAMBON	49	53	0.39	5	86	94	0.16	3	43	11	0.37	50	37	0.29
PHARMATON	50	46	0.34	23	56	161	0.28	20	113	2	0.07	110	8	0.06
Sub total		11,769	87.03			50,049	86.63			2,485	85.64		10,854	86.22
OTROS LABORATORIOS		1,758	12.97	0	0	7,723	13.37	0	0	417	14.36	0	1,735	13.78
TOTAL		13,527	100.00			57,772	100.00			2,902	100.00		12,589	100.00

FUENTE: FIFARMA CON DATOS DE THE MULTINACIONAL MARKET LATIN AMERICA 2004, IMS

ANEXO No. 4

DATOS DE INTERES NACIONAL

DATOS		ULTIMA ACTUALIZACION	FUENTE
POBLACION EN MILLONES	8.274,325	JUN. 2001	INT. NAL. ESTADISTICA
POBLACION URBANA	60.3 %	2001	INE
POBLACION RURAL	39.7 %	2001	INE
DENSIDAD	7.5 HAB. POR KM2	2001	INE
TASA DE CRESIMIENTO (%)	2.74 %	2001	INE
ESTRUCTURA DE EDAD			
DE 0-14 AÑOS	58.64 %	2001	CENSO 2001
DE 15-64 AÑOS	36.37 %	2001	CENSO 2001
DE 65 Y MAS	4.99 %	2001	CENSO 2001
PRODUCTO INTERNO BRUTO			
PIB	8543000 Usd.	2000	INE
PIB PER CAPITA	1026000	1999	INE
TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB	2.10	2000	INE
INFLACION ANUAL (%)	3.94	Mayo 2003_abril 2004	INE
INDUSTRIAS FARMACEUTICAS			
CANTIDAD DE FARMACIAS	1871	2002	CIFABOL
CANTIDAD DE MEDICOS	8224	2002	CIFABOL
CANTIDAD DE HOSPITALES	238	2002	CIFABOL
MERCADO FARMACEUTICO (MILLONES DE DOLARES)			
MERCADO TOTAL	57776.491	MAR. 2004	IMS
MERCADO ETICO	53542.514	MAR. 2004	IMS
MERCADO POPULAR	4233.977	MAR. 2004	IMS

FUENTE: Elaboración propia

ANEXO No. 5

LISTADO DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA EN BOLIVIA

NOMBRE	ACTIVIDAD	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO	GERENTE	REGENTE
3M CHILE S.A.SUCURSAL1 BOLIVIA	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. REPUBLICUETA No. 524	3331524	LOPEZ GOMEZ FABIOLA	VILLARROEL MUR ROSALIA (DRA)
A & A S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C/ LAS CUQUIZAS N°2435	3498211	BARBOZA SUAREZ RONALD	CHAVEZ TOLEDO CINTHIA ROXANA
A. M. BUSTOS E HIJOS S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. HERIBERTO GUTIERREZ NO. 2412	2312174	BUSTOS ALBERTO	RODRIGUEZ ORTIZ, MERY (DRA.)
A.B.D LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	CARRETERA NORTE KM 18	852143-852304 - 852303 - 421263	BADDOUR DABDOUB, GEORGE (DR.)	RODRIGUEZ OLGUIN, BEATRIZ AMPARO (DRA.)
A.T.M.LABORATORY& MED.SUPPLIES	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	AV. AYACUCHO No. 0345 ENTRE ECUADOR Y MAYO ROCHA	4249627 - 4250380	VARGAS MOLINA, GINA MARLENE	VARGAS MOLINA, GINA MARLENE
ABC COLOR	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C/ ICHILO N°168		GOMEZ RICO RUDY JOSE	NO REQUIERE
ABENDROTH INTERNACIO.COMERCIAL INDUSTRIAL SA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C.ROSENDO GUTIRREZ N°565 ECUADOR Y SANCHEZ LIMA	2418141- 2408778 - 2408561	ABENDROTH HEIGL, BERND KURT (SR)	ARZABE ARMJO, FANNY ROSARIO (DRA.)
ABL PHARMA BOLIVIA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	OBRAJES C/11 ESQ.AV.14 DE SEPTIEMBRE N°824	2783253	TELLERIA RIVERO GISELA	LOPEZ BARRON, LUIS FERNANDO (DR.)
AGRONAT LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ - MECACAP	HUAJCHILLA CANTON MECACAPACA		GONZALES BARRERO, MILTON (ING)	TEJERINA PARKER, JUANA (DRA.)
ALBA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AVENIDA CAÑOTO N° 355 ENTRE AYACUCHO Y JUNIN	3338475	ALBA ROMERO MARILIN FABIOLA	ALBA ROMERO MARILIN FABIOLA (DRA)
ALBUS S.R.L	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	AV. ISMAEL VASQUEZ N° 912 PURA PURA	2305859 - 2305391	LUPO GAMARRA JAVIER (LIC)	NO REQUIERE
ALCOA REPRESENTACIONES	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	ORURO	C. SUCRE No. 631 SORIA GALVARRO Y LA PLATA	5257249	CORNEJO GAZCON, ALVARO	TARQUI YUCRA, ELBA (DRA.)
ALEPH S.R.L.	LABORATORIO GALENICO	COCHABAMBA	PLAZA 14 DE SEPTIEMBRE NO.212	28382	MENDEZ MUÑOZ, JAIME (ING)	ANZE GUZMAN, FEDERICO (DR.)
ALFA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	PLAZA UYUNI No. 115-131	227910-224237	FERRER QUILEZ JUAN JOSE (DR.)	INGLES ROSA, ANA (DRA.)
ALKE & CO.(BOLIVIA)S.A.	IMPORTADORA REACTIVOS	LA PAZ	AV. MCAL.STA CRUZ No.1328	2212920	KLARIC, TONCI (ING.)	KLARIC FELERIC, IVO (DR.)
ALTA ESTETICA S.R.L	IMPORTADORA DE COSMETICOS	SANTA CRUZ	C. N° 4 N° 19 , ZONA EQUIPETROL NOR-OESTE EQUIPETROL	3334887	PACHECO DE FORNO ANA MARIA	OBLITAS HERBAS, RUBEN DARIO
ALTROS INTERNACIONAL S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	- -		LAZO DE LA VEGA, MIGUEL	GIL SUAREZ, ANA (DRA.)
AMERIX LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	PARQUE INDUSTRIAL MANZANA 29- B	3-3470024	BURSZTYN BLAU, ANITA HANA	NO REQUIERE
AMORCA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. CASIMIRO CORRALES # 1135 ESQUINA C. LUIS JEMIO	2224093-2229369 - 2212506	MORENO CAZAS, ANTONIO	SALINAS EDUARDO, HUGO REYNALDO (DR.)
ANA MARIA VON OSTERMANN ROSELOT	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV.MARISCAL STACZ GALERIA LITORAL SUBSUELO OF.16	2351786	VON OSTRMANN ANA MARIA	SAINZ ESPINOZA MARIA ISABEL
ANAGRAMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. JULIO PATIÑO N° 1188 CALACOTO	2771212	REYES CARRILLO, JOAQUIN JAIME	CARRILLO ARIAS RUTH (DRA)
ANDES S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. SANTOS MACHICADO No.4 37		ZUNG KING, KARL	AGUILAR RAMIREZ, BERTHA NORBERTA (DRA.)
ANGISA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	PLAZA VILLARROEL No 140 MIRAFLORES	2323572	DE LA CRUZ JIMENEZ, JULIO JORGE	SILVA MONRROY JUDITH LUCIA (DRA)
ARBOR	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. JUNIN GALERIA CASCO VIEJO No112	(03)327388	SANCHEZ BLAZQUEZ, JUAN	SULZER ARREDONDO MARIA BEATRIZ (DRA)
ARBOTT LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. MACARIO PINILLA No.245 (ARCE Y 6 DE AGOSTO)	2434822 - 2433394	ARANIBAR LORINI, LUIS GONZALO HECTOR	ILLESCAS VILLARREAL RUTH ELIZABETH
ARGEBO LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. TUMUSLA ESQ.GRAL.ACHA No. 291	4259394-4259393	PRUDENCIO VELASCO, ORLANDO	PRUDENCIO ROCABADO, RITA GABRIELA (DRA.)
ARGO LIMITADA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	BATALLÓN COLORADOS No. 20. EDIF.ESTUDIANTE		GONZALES BOULOCQ, EMILIANO	EGUEZ BECERRA, ANA MARIA (DRA.)
ARIGUIL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ARGENTINA N° 2075. EDIF.SUIPACHA. OF 102 MIRAFLORES	2225511-2244491	PACHECO SALAS,ARIEL-CASTRO.GUILLERMO	CORONEL MORALES TATIANA VERONICA(DRA)
ASAHI INVERSIONES S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	AV. CIRCUNVALACION ESQ. PROLONGACION C/6 DE JUNIO	98785	FAVAL MELO, CARLOS ALBERTO	MORALES DE RODAS, SILVIA (DRA.)
ASSADI SRL.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	C. MUÑOZ REYES ORTIZ N° 1198	2799282	ASSADI CARRAMANA, JOSE LUIS	PORTOCARRERO GONZALES, HORTENCIA
ASTRIX S.A	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM 6,9	4268632	LICHTENFELD GWINNER ROBERTO	ARTUNDUAGA ANTEZANA XIMENA ANA
AVON BOLIVIA LTDA.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	SANTA CRUZ	3°ANILLO INTERNO/AV. BENI Y AV.CRISTO REDENTOR	3422900	HERNANDEZ GALLEGO JOSE RAMON	ARAOZ CASTRO KARINA ESPERANZA
BAGO DE BOLIVIA S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. BERNABE LEDEZMA No. 787 SECA. ALTO OBRAJES	2732433 - 2140872	AVILA BUSTAMANTE, GUSTAVO L.	CENTELLAS GUEVARA, MARIA RENEE (DRA.)
BAGO DE BOLIVIA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. MUÑOZ CORNEJO No 808. ESQ. VINCENTTI	2415118	AVILA BUSTAMANTE, GUSTAVO	ESPAÑA VASQUEZ, CAROLINA FERNANDA (DRA.)
BECTON DICKINSON DEL URUGUAY SUCURSAL BOLIVIA	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	AV. SIMON BOLIVAR No 1863. MIRAFLORES	02-229694	CORTES CORTES, VICTOR HUGO	BENITEZ WITTMAN, WENDY ESCARLET (DRA)
BEIERSDORF S.R.L	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	C. COCHABAMBA ESQ. SAAVEDRA TORRE EMPRESARIAL CAINCO PISO 16	2850125L.P.	CALLISAYA CAMPERO JUAN JOSE	LOYOLA UZEDA PEREDO DAYSI CLAUDIA
BELMED LTDA	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	AVENIDA VASQUEZ N°1320	2306103	MORALES FERNANDEZ GUILLERMO	DELGADILLO ZURITA ROXANA

BELMED LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	AV. VASQUEZ N° 1320, ZONA PURA PURA	2306103-2306627	MORALES FERNANDEZ, GUILLERMO ERIQUE	DELGADILLO ZURITA, ROXANA (DRA)
BIO QUEST SYSTEMS S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C.REP.CUBA ESQ.BRASIL N1406 ED.MERCEDES T.N.OF23PB	2244345	ENCINAS SANTALLA ALEJANDRO SEVERO	CRESPO FLORES NEYSA BEATRIZ (DRA)
BIOELECTROMEDICA LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. ESPAÑA NO. 520 ESQ. CUELLAR	591 - 3 3330528	NALLAR ESCOBAR, ALI EDUARDO	MEÑEZ SERRATE JOSE WALTER (DR)
BIOFARMA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. ELIAS MENESES, 2do PISO ESQ. AV. BLANCO GALINDO Km10	4350121-4361450-4350626	FLORES LEYTON, ADOLFO RICAR	PAZ FERNANDEZ BETTY GLORIA (DRA)
BIONEST PHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. SANCHEZ LIMA EDIF. 3 CARABELAS DPPTO 4C S/N ZONA SOPOCACHI	2422132	ARELLANO PIRIZ GONZALO RUBENS	ZEGARRA GALVEZ MIGUELEINA ALEJANDRA
BIOTECH BOLIVIA LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	AV. OQUENDO No. 654	255855	VALDEZ BUENO EFRAIN ORLANDO	NO REQUIERE
BIOTECNO LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. PEDRO VELEZ N° 41	562161-559227	CALDERON TABORGA, JAVIER	
BLAMER LTDA.	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ	AV. BRASIL No.1315		BLANCO VASQUEZ, WILFREDO (DR.)	BLANCO VASQUEZ, WILFREDO (DR.)
BOLIVAR FARMA BOL S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. CRISTOBAL DE MENDOZA ESQ. PLATANILLO # 15	453301	FERNANDEZ FUENTES, FREDDY	TERRAZAS CACERES, JANETTE LUISA (DRA.)
BOLIVIAN DRUG	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. HUGO ESTRADA No 30	222622-222576	LIENDO ROMERO, COSME	LIENDO ROMERO, ALBERTO (DR.)
BOLIVIANA MERCANTIL "SABIA" S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. GABRIEL GOSALVEZ No. 240 ESQ. 6 DE AGOSTO 1ER. PISO	2432010 - 2432854	DE LEONARDIS FELTER, CARLO	SANCHEZ TERAN, DAVID (DR.)
BOPA INTERNACIONAL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. GUEMES OESTE N°4 Z.NORTE Uv. 33 MZ. 12 (B.EQUIPETROL)	344-8845	PAEK KEE IN	QUIROZ GALVIS, YENNY (DRA)
BREMEN LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	C. PALERMO No.52	3351517	WILSTERMAN SANZETENE, CARLOS ENRIQUE	HERBAS TUDOR, MIREYA (DRA.)
BRENTTAG BOLIVIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MATERIA PRIMA	SANTA CRUZ	CARRETERA AL NORTE KM 10 1/2 ZONA VIRU VIRU	3852121	RENDON ALVAREZ DAMIAN ALFREDO PAUL	NO REQUIERE
C.R.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/JUANA AZURDUY DE PADILLA N°649		ALVAREZ MUÑOZ ELVA CARMEN DEL ROSARIO	DIAZ YACA SADDAI OLGA
CASA KAVLIN S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. POTOSI No. 1136 ZONA CENTR		KAVLIN, SUSANA	SANSUSTE BUSTILLOS, MARTHA (DRA.)
CENTRAL DE ABASTECIMIENTO DE SUMINISTRO-CEASS	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	EL ALTO	VILLA ESPERANZA CALLE SUCRE N° 50	2841438 - 2863614	HURTADO AÑEZ MARIO ORLANDO (LIC)	ARCIENEGA AVENDAÑO, NATIVIDAD (DRA.)
CIPAN S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO N° 2008 EDIF.V CENTENARIO PISO 2	2441666	MEDINA RAMALLO, LUIS OSCAR	RIOS BUTRON, JENNY (DRA.)
CLAUDIA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. LAGUNILLAS N° 205 BARRIO BRANIF	3539484	ESPAÑA DIAZ, GUIDO	CASTRO WENDE MARIA ROXANA
COBRA IMPORT EXPORT REPRESENTANTES	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EDIF. FRANCIA OF. 6 C. DIAZ ROMERO (MIRAFLORES)		ASCARRUNZ HURTADO, MARIO	MORATO HEREDIA, XIMENA ELVIRA (DRA.)
CODENSA	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	C. 16 DE JULIO N° 148	259772	MONTAN TORREZ, JUAN RAUL	CAMACHO VALDIVIA, LIDIA (DRA.)
COFAR S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. VICTOR EDUARDO No. 2293	2224476	GRANIER CARDONA, ALEX JULIO RAFAEL (LIC)	PEREDO ROSSO, RITA TERESA (DRA.)
COFAR S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. VICTOR EDUARDO No.2293	2227099 - 2220352	GRANIER CARDONA ALEX JULIO RAFAEL	PEREDO ROSSO RITA TERESA
COFARBOL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. PABLO GUILLEN N° 29 SAN MIGUEL	2799904 - 2797070	GONZALES POZO, CHELY WALTER	VISCARRA MEJIA, OLIVIA LILIANA
COMERCIAL MICLAR S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CALLE CHONTA N° 2505 SANTA CRUZ	3441681	BOWLES DE ABELSON MARIA CLARA	BARRIOS OTONDO JANNET
COMPANIA DE SISTEMAS PROFESIONALES SRL	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	EDIF. CSAPEK P.2 OF.B AV. 20 DE OCTUBRE 2685 ESQUINA CAMPOS	2431012	ROSENBLUTH FERNANDEZ DE CORDOVA, ALVARO	
CORIMEX LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. MONTEVIDEO No.130	2440330	STAHMER - HEBERT KONRAD, BERND	REYES CHAVEZ, JUAN GONZALO (DR.)
CORLEY S.R.L.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	PLAZA BADEN POWELL N° 49 MIRAFLORES		CORTEZ FLORES, IVAN ERNESTO	
CORMED	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	HEROES DEL PACIFICO N° 1164 MIRAFLORES	2145479	ARANIBAR SANCHEZ HUGO ARTURO	LEON ESPINOZA PAOLA FABIOLA (DRA)
CORMESA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	CALLE MONTEVIDEO 130 EDIF. REQUIMA 3er y 4to PISO	2440425-2440536	KOENIGSFEST SCHNEIDER, PEDRO	AGUILAR DE AGREDA, LYDIA (DRA.)
CORPORACION DEL ESTE S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. CUMAVI N° 4500	3473516-3494314	VILA APONTE JOSE FELICIANO	FERRUFINO PEREZ, MARIA CONSUELO (DRA.)
CORPORACION TRANSANDINA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ARCE N° 2479. PLAZA ISABEL LA CATOLICA	2433521-2432327- 2430043	CHAMON BARTOS, CARLOS ANDRES	CHAMON EXENI, LUIS (DR.)
CORPORACION ZHONGGI DESARROLLO LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. HAMIRAYA No. 655	4370060	JUN LIU	
COSIN LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 16 DE JULIO No. 1800 ED. COSMOS P.4	2355311	VEGA DENCKER, RODOLFO	SILVA DE LAGRAVA, MARTHA (DRA.)
COTRANS S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ECUADOR No. 2062 ESQ. ASPIAZU. ED.CALIFORNIA		- -	ESPINOZA FERNANDEZ, NORMA BETTY (DRA.)
CRESPAL S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. NICOLAS ACOSTA No. 784 SAN PEDRO	2491134 - 2491135	CRESPO VASQUEZ, VICTOR RAUL (ING)	CRESPO VASQUEZ PEDRO JAVIER (DR)
CRESPAL S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. NICOLAS ACOSTA NO. 784 SAN PEDRO	2491134 - 2491135	CRESPO VASQUEZ, VICTOR RAUL	SANCHEZ MIHAIC XIMENA ELIZABETH(DRA)
CRISTAL	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	EDIF. SAN PABLO PISO 11 OF. 1101. PRADO N°1479 AV 16 DE JULIO	2312635	SEMPERTEGUI GOMEZ GARCIA, NEDDA	FLORES TEJERINA JACKELINE
DAVI	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	AV. SAAVEDRA No.1125	2321915	CAMBEROS, HUMBERTO (DR.)	CAMBEROS, HUMBERTO (DR.)
DELTA S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. RESEGUIN NO. 2126 SOPOCACHI ALTO	2411516 - 2411845	CLAROS ROJAS, JORGE EDUARDO (Dr)	CLAROS FUENTES CARLOS DANIEL (DR.)
DENHI S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. DEL AVIADOR N° 5 ACHUMANI	2793353	ARANO ROSENDORN, JULIO ABRAHAM	IRIARTE CLAROS, JOS FERNANDO (DR.)
DICOM DISTRIBUIDORES DEL ORIENTE SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. ELVIRA DE MENDOZA N° 261	3441104	SALVATIERRA SALDAÑA, JOSE WILSON	ALVARADO AUZA MARIA TERESA

D-IMPORT	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	PLAZA BENITO JUAREZ N° 1200 ENTRE GUATEMALA-CUBA	2284855	PATTY TROCHE ELIAS DANIEL	OSSIO MARTINEZ MARY (DRA)
DINOSYA	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. POTOSI No. 876		MENDEZ V., BERTHA	ROMAN VISCARRA, FLORA MARINA (DRA.)
DIOBOL	LABORATORIO GALENICO	SANTA CRUZ	C. TURUGUAPA N° 25		BUSTILLOS EULATE, HUGO (DR.)	BUSTILLOS EULATE, RENE (DR.)
DISMED	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	AV. BUENOS AIRES No. 1858	2219305	MAYTA PATZI, ELOY ROMAN	FRANZ EDGAR MAYTA PATZY
DISMEDIN	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. 1 N° 2 ZONA BOLONIA AV.LAS PALMAS 414	2720816	ENCINAS SALINAS MARIBEL EVELIN	BARRIGA PADILLA MARIA ELENA (DRA)
DISMELAB S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EDIF. ALBORADA PISO 2 OF. 206	2336179	WILSON VARGAS VARGAS	DRA. ANA MARIA CARDOSO
DISPROFARMA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. SAN MARTIN No. S-0525	54103	LOPEZ ARTEAGA, RENE	VILASECA BERRIOS, CARMEN ROSARIO (DRA.)
DISPROFARMA VIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. HUAYRURU No.116 ZONA SARCO	255868-249276	SORIA GALVARRO, VICTOR	MANRIQUE GARNICA, GERARDO ALBERTO (DR.)
DISPROMED S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. POTOSI No. 1376 ED. NAIRA	2201647	CAMACHO RIVAS, LUIS EDUARDO	AZUGA HUAYLLAS, PEGGY TERESA (DRA)
DISSAR TJA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	TARIJA	PASAJE LAS ROSAS No 2001	6632228 - 6648478	SARDON ORCE HUGO SILVIO	HUARACHI ARMATA NORMA JUANA (DRA)
DIST.INTERN DE MEDIC.LONGRIDGE MANAGEMENT S.A	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/ CASIMIRO CORRALES 1214 ESQ.PINILLA ED.DEPORTE TOTAL -PLANTA BAJA MIRAFLORES	220506 - 226974	TRISTAN ,VICENTE DAMASO	BALDERRAMA ORTIZ, ROSARIO ANTONIETA
DISTRIBUIDORA BIOQUIMICA ASOCIADA S.R.L.	IMPORTADORA REACTIVOS	COCHABAMBA	C. 16 DE JULIO N° 249		KLARIC FELERIS IVO	KLARIC FELERIS IVO
DPC MEDLAB BOLIVIA LTDA	IMPORTADORA REACTIVOS	SANTA CRUZ	C. QUITACHIYU No 76	3421718-3438806	HESELBARTH WENDE CRISTIAN BERNARDO	PEREZ ZAMBRANA, MARIA NANCY
DUTRIEC BOLIVIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. CIRARI N°30	3430940	MIGUEL ANGEL IBARRA	HERRERA MENDOZA, SONIA (DRA.)
EBROMAR S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. CAMACHO EDIF.KRSUL P.5 OF. 507	2341034 - 2430863	MERCADO COVARRUBIAS, VICTOR TEDDY	SANCHEZ QUINTANILLA, MARIA LUZ (DRA.)
EL ALTIPLANO	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	ORURO	C. PISAGUA No. 245 Y LISARRAGA		PANIAGUA CASTILLO, ANTONIO	PANOZO VARGAS, APOLONIA
EMBEXTRA PHARMACEUTICA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/VICTOR SANJINES N°2997	2412870	SANCHEZ VILLAGOMEZ SIMON HUMBERTO	MURIEL CALLE ELIZABETH
ENGELS MERKEL & CIA (BOLIVIA) S.A	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. ROSENDO GUTIERREZ No. 659	2419004	MERKEL, JURGEN Y ASBUN G., JORGE	SEPULVEDA MEDINA, MARICRUZ NARDA (DRA)
ESFASA	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. MENDEZ ARCOS NO. 957 PLAZA ANDREU SOPOCACHI	2410766	SUBAUSTE MAGUIÑA, ROBERTO	QUINTELA LEON EVELIN
ESPECIALIDADES FARMACEUTICAS LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	OF. CENTRAL C. LIBERTAD 686 Y OF.COMERCIALIZACION C.RAFAEL PEÑA 138	3341199 - 3341201	MOSCOSO MORENO, GUILLERMO JOSE	TAPIA OTTERBURG, JIMMY JAVIER
ESSANTE	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	KM. 4 CARRETERA AL NORTE		MENDEZ DE MONTERO, IRIS	ZARCO PERALES DE BILBAO , BEATRIZ (DRA)
EXA LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. LUIS CRESPO No. 2313 SOPOCA		GONZALES BURGOS, ELADIO	OCAMPO MONTAN, JAIME (DR.)
FANACO	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	EL ALTO CARRETERA A VIACHA		CARDOZO, REMBERTO	MENDOZA VARGAS, OLIMPIA (DRA.)
FARCOS LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	ZONA TOTORKAHUA CANTON EL PASO (QUILLACOLLO)	4259393	PRUDENCIO VELASCO, ORLANDO	RODRIGUEZ MENCIAS, JUAN (DR.)
FARMA MARKET S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. BAPTISTA No 761 ZONA CENTRAL	220208	DAJBURA ASFURA , IVETTE RAFAELA	PERALES GARCIA PATRICIA ELIANA (DRA)
FARMABOL S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. LUIS CRESPO No. 2213 SOPOCA	2363170	OCAMPO MONTAN, JAIME (DR.)	OCAMPO MONTAN, JAIME (DR.)
FARMACEUTICA NACIONAL BOLIVIANA S.R.L- FARMAN	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. MOLDES N° 425 ESQ. POTOSI	33342208	RUIZ DIAZ JUAN CARLOS	RENDON VALLEJOS MARIA ANGELICA (DRA)
FARMACIA E IMPORTADORA ARTESANAL SRL	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. CHUQUISACA N°268	33364853	PAREDES MEDRANO MIREIZA	PAREDES MEDRANO MIREIZA
FARMACIAS CORPORATIVAS S.A. FARMACORP S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	UV.P1-MZA.21 ZONA NOR ESTE	489190	PAZ GUTIERREZ., MARIA DEL ROSARIO	CAMACHO MIRANDA, CELSA DEL ROSARIO
FARMAKA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	REPUBLIQUETAS 117	3367470	VALENZUELA MONTEMURRO, LAUREN	CABRERA DE UGARTE, MARTHA SONIA (DRA)
FARMAVAL BOLIVIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C/ANTEZANA N°539 ENTRE SALAMANCA Y PACCIERI	4259854	ARIAS RICO VICTOR HUGO	ORTUBE GOITIA, MARIA DEL CARMEN (DRA.)
FARMAX S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. VILLAMIL DE RADA No. 821		MARIACA MENDOZA, RENE	SORIA VALLEJOS, JACQUELINE (DRA.)
FARMEDICAL S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/HUGO ESTRADA N°1354 Z.MIRAFLORES	2150085	FERNANDEZ AGUILAR CARLOS	OLLER CATOIRA PATRICIA EDITH
FAVER CORP S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	C. HAMIRAYA No. S-0356 Y JORDAN	33735	ARMUJO AYLLON, JUAN EDGAR GINO	CANEDO MERUVIA, MARIA JOSEFINA (DRA.)
FEFARB	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	C. IRLA No. 365	348385	LUGI BETTI, PIERRE	ZAMORA ROJAS, MARCO ANTONIO
FERLOP	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. POTOSI No. 354	29817	LOPEZ VALERA, FERMIN	MARTINEZ CARDENAS, AIDA (DRA.)
FERNANDO	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	TACABACA N°250	542525	HURTADO DE CANELAS ANA MARIA	
FONTBOTE-BOLIVIA	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	AV. CAMACHO N° 1277. EDIF.KRSUL P.7 OF 703	311342	MOSCOSO GUEVARA, EVA ESPERANZA	SOLIZ VASQUEZ, JACQUELINE
FOREVER LIVING PRODUCTS BOLIVIA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	PASAJE ISAAC EDUARDO N°2633	2441990 - 2441716	ICAZA DE ALBA ALFREDO	PABON DE BOZO, MARTHA NIEVES
GALEXPRA S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CALLE INDEPENDENCIA N° 543	3332322	GALYA OKSNA DE PRADO	MARIA NIEVES DATTOLI DE CORZO
GAPC CHEMICAL PHARMA IMPORT EXPORT S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. SOCABAYA EDIF.HANDAL P.9 OF.905 Z.CENTRAL	2408004	ZEGARRA PINTO,GUSTAVO PORFIRIO	ANDRE TORRICO IVONNE COLETTE (DRA.)

GARCIA&GUTIERREZ LTDA (G&G LTDA)	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	AV. CIRCUMVALACION BEIJING N° 112-G	4299499	GARCIA CHOQUE RUBEN DARIO	ROJAS GARCIA IVONNE PAMELA
GAUTIER BOLIVIA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. SACRAMENTO N° 3 URB.CALIFORNIA	3583924	MULLIN OLIVERA FRANCISCO (SR.)	BALDIVESO MULLER, MARCIA ELENA
GEDESA. GENERAL DENTAL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	CALLE MEXICO 1523	2316532	CAMPUZANO ASCARRUNZ, CARLOS RODRIGO	CARRASCO BASS WERNER MIRIAM DAYSI
GESA FAR	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. SUCRE Y 16 DE JULIO N° 781	256660-258686	SABA SABAG, JUAN GERARDO	CORDOVA CUEVAS, ELBA CLEMENTINA
GRAMON BOLIVIA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. COCHABAMBA N° 675 ZONA SUR	3336588	MEDINA MUSTAFFA, SERGIO OSCAR	LOZA MURGUIA, MANUEL GREGORIO (Dr.)
GRUPO ALCOS S.A.	LABORATORIO E IMPORTADORA	LA PAZ	AV. CAP. HUGO ESTRADA NO. 30 MIRAFLORES	2223866	LIENDO ROMERO ALBERTO (DR)	LIENDO ROMERO COSME (DR)
GRUPO EMPRESARIAL VALENCIA SRL	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	CARRETERA QLLO-CONFITAL KM 18.5	44265641	VALENCIA ILLANES, ALEJANDRO (DR.)	LLANQUE SERRANO JIMMY RONALD (DR)
GRUPO EMPRESARIAL VALENCIA SRL	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	CARRETERA QLLO-CONFITAL KM 18.5	44265641	VALENCIA ILLANES, ALEJANDRO (DR.)	LLANQUE SERRANO JIMMY RONALD (DR)
GUTIERREZ Y CIA SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	TARIJA N°746	336622	GUTIERREZ GIL DE BOWLES, MARIA ROSA	VARGAS VIDAURRE OLGA ELIZABETH (DRA)
GUZMAN LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	AV. ECUADOR No. 2156	2363954	GUZMAN ZUÑIGA, OSCAR	ROMERO ROJAS, EDGAR RENE
HAHNEMANN S.A.	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	C/ CORNELIO SAAVEDRA N°348 "BOLOGNIA"	2723218	GUMUCIO PETERSSEN, RONALD ARNOLDO	CASTRO SALINAS TERESA VIRGINIA (DRA)
HANSA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	ESQ. YANACOCCHA CALLE MERCADO No.1004	2407777	KYLLMANN DIEKELMANN, PATRICIO GUILLERMO	RIVEROS AROSQUITA MARIELEM SHIRLEY
HECAN S.R.L.	LABORATORIO GALENICO	SANTA CRUZ	C. PARI No.165	324380	CASAL NAZRALA, MIGUEL EDUARDO (LIC.)	LIJERON ALBA, YUDY
HERBOLARIO BOLIVIA IMPORT EXPORT SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	ORURO	C/ VELASCO GALVARRO ENTRE AYACUCHO COBAMBA N° 5761	4-553487	SUZAÑO VILLCA JORGE JOHONY	TERRAZAS CALISAYA JANNETE
HEUBOL LTDA.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	AV. 20 DE OCTUBRE 2631. SOPOCACHI	2430088 - 2431920	HEUCHEL, MICHAEL	INOFUENTES SALAZAR, JHANETT LUZ (DRA.)
HOSPIMED S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C/ 21 DE MAYO DE 587	3340802	SCHMID DE RODRIGUEZ GLADIS	NO REQUIERE
HOSPITEC	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. HANS KUNDT Y COSTA RICA		LLAGUNO SOLAR, JOSE	
HUFFELAM	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	SANTA CRUZ	C. MURILLO No. 672		MICHEA PONCE, JAIME ENRIQUE (DR.)	MERIDA BALDELOMAR, MARIA WILMA (DRA.)
HUFFELAM	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	C. COMERCIO No. 1465		MICHEA PONCE, JAIME ENRIQUE (DR.)	VELASCO ORELLANOS, ROXANA (DRA.)
I.F.A S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CARRETERA AL NORTE KM. 8 1/2 CRISTOBAL DE MENDOZA N° 458 ENTRE BENI/ ALEMANA	2240436	NOSTAS ARDAYA, LUIS ALBERTO	LAQUIS CHEQUER, JORGE (DR)
I.F.A S.R.L	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	CARRETERA AL NORTE KM. 8 1/2 CRISTOBAL DE MENDOZA N° 458 ENTRE BENI/ ALEMANA	33428222 - 33431555	NOSTAS ARDAYA, LUIS ALBERTO	FERRUFINO FERRUFINO ELIA
I.M.E.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. LUIS URUA DE LA OLIVA No. 2895	2420582	MONDACA DE LA BARRA JOHNNY JAIME	RAMIREZ CAMPERO MIRIAN MARLENE
ICERLAB S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	MERCADO N° 1328 EDP.MARISCAL BALLIVIAN PISO 3 OF.302	2336179 - 2200378	BURGOA RUIZ LUCIA ELENA (DRA)	BURGOA RUIZ LUCIA ELENA (DRA)
ICOBAL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. SANTIVAÑEZ No. 3925	354445	CHIARELLA, ALFREDO	DOMINGUEZ VACAFLOR, ELIZABETH (DRA.)
ICOBAL LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	C. SANTIVAÑEZ No. E-0142	354445	CHIARELLA, ALFREDO	DOMINGUEZ VACAFLOR, ELIZABETH (DRA.)
ICORI	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	LOCALIDAD DE CARRERAS (RIO ABA		HURTADO GUMUCIO, JORGE (DR.)	OPORTO BARRIGA, EVA (DRA.)
IFARBO LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	C. LANZA No. S-0998	4226001	ALVAREZ POZO, WALTER JULIO	ALVAREZ AGUILAR, MARIA DEL CARMEN (DRA)
IMBOR	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. LANZA No. 748	42297	ISSA CHEADE, CARLOS ISSA	LEON QUIROGA, DAYSI (DRA.)
IMBOR	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	AV. OBLITAS No. 229 QUERU QUERU	42297	ISSA CHEADE, CARLOS ISSA	ROSETI ALCOSER NELLY
IMCOMED S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. JUNIN N° 990	500182-286970	SATT, EDUARDO	LEON QUIROGA, DAYSI EDIT (DRA.)
IMEXCOMED SRL	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. MUÑOZ CORNEJO NO. 2894 ESQ. RICARDO MIJA	2413554	MONJE CARRASCO LUIS ALBERTO	NO REQUIERE
IMEXFAR S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. LADISLAO CABRERA N° E 0308	4228234	ACHA POMMIER, ROBERTO WALTER	ARANDIA ARAOZ, ELIZABETH (DRA)
IMFAR	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. ANTENOR VASQUEZ N° 46	3362833	AQUINO FRETES, ULISES ARISTIDES	LEDEZMA CASTRO, IBLIN YAQUELINE
IMPORT EXPORT CIALAB S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	CALLE ECUADOR 611 PRIMER PISO OF. 1	4524602	AJALLA CASTELLON JOSE LUIS	CASTRO COSSIO JORGE DANILO
IMPORTACIONES GLORIA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EDIFICIO HANDAL PISO 11 OF. 1110		CRUZ CARRASCO GLORIA	FLORES DELGADILLO LOURDES SONIA (DRA)
IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES GUTIERREZ LT	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. MAYOR ROCHA No. 250	4223140	GUTIERREZ SUAREZ, LOURDES	HERRERA MAREÑO AIDA LENA
IMPORTADORA ESKE S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. SUCRE N° 1465 ZONA CENTRAL	2283292 - 2281055	MAMANI PORTILLO JAIME	RAMOS ALIAGA ANDRES LEONARDO
IMPORTADORA F & M S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. LA BARRANCA C.MONSEÑOR PEÑA N° 327	33533445 - 3579677	CHAVEZ HURTADO, FERNANDO	AÑEZ DE TABOADA GUINA KATIA
IMPORTADORA RUEDA PACHECO	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	TARIJA	MARTIN BARROSO ESQ.HUGO SALAZAR	6825222	RUEDA RIVERA MARIA SUSANA	CUENCA SANABRIA JACQUELINE SORAYA
IMPROMED	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	AV. SAAVEDRA N°2025 EDIF. BELLA FLOR PB OF 4	2224863	ROSPIGLIOSI PEREZ, ANA MARIA	NO REQUIERE
IMPROSUR LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. BALLIVIAN N° 1426 LOCAL 2, ZONA CALACOTO	2792357	BARRAGAN BAUER, INGEMAR ANDREAS GUSTAVO	CABALLERO SANABRIA, SONIA PATRICIA (DRA)
INALTEX LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ - LA P	PARQUE INDUSTRIAL ZONA PI-7V AV.JAIMES FREYRE 2529	464824	ABUAWAD TELCHI, EDUARDO R.	

INCA S.R.L.	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ	C. LOAYZA No. 677	2782756	ALIAGA, WALDO ANTONIO	CALDERON MORALES, GRACIELA (DRA.)
IND. QUIMICA FARMACEUTICA SIGMA CORP SRL	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM 10 PIÑAMI	4263983	WILSTERMANN GRAGEDA, CARLOS JORGE	MOLINA REQUE DE PEREYRA, MARTHA B.
INDUCOM S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. BRASIL N° 789		LANDIVAR MEDINA, EDWIN	GORENA BORJA, MARIA MILKA
INDUSTRIA COSMETICA YAMA BOLIVIA S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	SANTA CRUZ	C. OKINAWA CAMINO A RIO GRANDE S/N ZONA NORESTE	3432000	CHAVEZ DE SALVATIERRA JACKELINE	REVOLLO SAAVEDRA GUEDY MARGOTH (DRA.)
INDUSTRIA QUIMICA BOLIVIANA "INQUIBOL"	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM.10 (PIÑAMI)	4350637	QUIESPE LAURA, SELIER CIRILO	MELEAN RENDON, LUZ MARY
INDUSTRIA TECNOLOGICA&COMERCIO DEL VALLE SRL	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	CALLE SIMON BOLIVAR/SUMUNPAYA S/N ZONA SUD	4268897	SILES BORDA ARMANDO	NO REQUIERE
INDUSTRIAS TORRICO ANTELO (ITA)	LABORATORIO E IMPORTADORA	COCHABAMBA	BELSU Y COLOMBIA # 174	4254200	TORRICO ANTELO ROSA MARGOTH	TORRICO SAUCEDO MIGUEL SILVESTRE
INNOVA PHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV.6 DE AGOSTO N° 2577 EDIF.LAS DOS TORRES.OF. 5	2430097	FLORU MERCADO, JEAN ADRIAN	ALBARRACIN MONJE, JAIME HERMANN
INSUMED	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. JOSE GODART No.1274 ALTO OBRAJES	2730365	CLAURE ALIAGA, LUIS	CLAURE ALIAGA, LUIS
INSUMOS S.R.L.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	AV. RENE MORENO N° 50	3322610 - 3335886	EWEL PINO CARLOS WALTER	RODRIGUEZ TERCEROS NEIZA
INTER SCIENCE LTDA.	IMPORTADORA REACTIVOS	SANTA CRUZ	C. QUITACHYU NO. 76	3421718 - 3438806- 3428352- 3410491	HESSELBARTH RUDY MICHAEL	AGUILERA PAZ, ZULMA JHOANY (DRA.)
INTERCOM LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. HANS KUNDT No.757	2227353-2222493	HEYMERT THOMSEN, JENS	SARELA ELENA INOFUENTES VARGAS
INTERMARK S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. ALFREDO ASCARRUNZ No. 2609	2392236	REYES BORDA, FERNANDO	FLORES DELGADILLO LOURDES S. (DRA.)
INTERNACIONAL PHARMAKON LABORATORIES	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. HUGO ESTRADA No. 82	2226950	LOPEZ SILLERICO, JAIME GONZALO (DR.)	ROCABADO ROCHA, LEONIDAS
IVIBOL LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. TEJADA SORZANO 910/VICENTE MENDOZA Y COSTA RICA	2243286	VALDIVIESO DE ARDILES, ANA MARIA	SEPULVEDA MEDINA MELVY LIDIA
KAIS	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. JAVIER BAUTISTA N° 165 ZONA NORTE	44292906	ROJAS LIZARAZU NESTOR OSVALDO	CASTELLON PRUDENCIO, CARLOS DAVID (DR)
KATTIA	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. MURILLO No. 810	2457436	MACCHIAVELI, GUILLERMO	MARIELA DEL ROSARIO ORTIZ MORALES
KENKO TRADING S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CALLE LIBERTAD N°65		KAMIYA ITOKAZU TOSHIKI	HEREDIA BRAVO SUSANA
KIMBERLY BOLIVIA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	PARQUE INDUSTRIAL PL-5	464184	ECHAVARRIA CANO, ESTEBAN	
KODENTAL BOLIVIANA	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. COLON No.161 EDIF.BARROSQUI		VILLALBA BURGOS IVANA)	VILLALBA BALLIVIAN CARLA
KOSBOL	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ	C. SAN JOSE No. 70 VILLA FATIMA		LEE KWON, KYU IL	GIL S., ANA MARIA (DRA.)
L.W. S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. CORIPATA No. 287 Z.V.FATIMA	2212500	NOLASCO ARAYA, WALTER	MARTINEZ PACO, FLORA (DRA.)
LAB. INDUSTRIALES FARMACEUTICOS VITA S.A	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	AV. MANCO KAPAC No. 494	2455888-2455770-2455759- 2455863	MONTERO HURTADO IVONNE/KIEFFER HERRADA	CARLOS KIEFFER HERRADA (DR)
LABOFARMA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. PANAMERICANA No. 5000 RIO SECO	2860234	LIENDO ROMERO COSME	SAINZ ESPINOZA MARIA ISABEL DRA.
LABOFARMA S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ - EL ALTO	AV. PANAMERICANA No. 5000	2860234	LIENDO ROMERO COSME	LAUREGUI CELIA
LABORATORIOS ALFA LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	PLAZA UYUNI No. 115-131	2227910-2224237	FERRER QUILEZ, ENRIQUE	FERRER QUILEZ, JUAN JOSE (DR.)
LABORATORIOS Y DROGUERIA INTI S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. SOCABAYA 242-266 VILLALOBOS NO. 1794	2408282 - 2223087	SCHILLING KRIETE, DIETER (DR.)	GALLO IBAÑEZ, JUAN FERNANDO (DR)
LABORATORIOS Y DROGUERIA INTI S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. SOCABAYA No. 242 - 266	2408282	SCHILLING KRIETE, DIETER (DR.)	GALLO IBAÑEZ, FERNANDO (DR)
LAFAR S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. LUIS CRESPO 2213 SOPOCACHI	2410411-2410170	OCAMPO MONTAN, JAIME	LIC. MARIA JIMENA MENDIVIL BOGGETTI
LAFAR S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	CALLE LUIS CRESPO N° 2213 ZONA SOPOCACHI	2410411 - 2410170	OCAMPO MONTAN, JAIME	OCAMPO MONTAN, JAIME (DR)
LAQFAGA S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	EDIFICIO SUPACHA AV. ARGENTINA N° 2075 DPTO 102 MIRAFLORES	2225511	PACHECO SALAS, JORGE ARIEL (DR.)	CASTRO MONTAÑO, GUILLERMO
LATIN MED	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. BUSCH N°1944 EDI. EL ROBLE OF-5 ZONA MIRAFLORES	2240739-2140826	RADA HOLGUIN DE LOPEZ RUTH ANTONIETA	IRIARTE SANABRIA ERIKA CECILIA
LEMAITRE S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. COLON N° 330 PISO 11 OF.1107	2316325	LEMAITRE MENDOZA, JORGE ANTONIO	MONZON ORELLANA WALTER (DR)
LINGERIE BOLIVIANA LTDA.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	PLAZA AVAROA ESQ.20 DE OCT. No		CAREAGA O., MARIA EUGENIA	
LOBA IMPORT EXPORT S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. GUALBERTO VILLARROEL N° 291 ZONA DON BOSCO	3363811	LOPEZ LOPEZ JESUS GERARDO	PETERSON FLORES KARINA ADRIANA
LUCCA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	ALAMEDA POTOSI No.925	3348089 - 3332216	LUCCA SUAREZ, LUIS ARTEMIO	ZULETA PIOTTI, ANA SILVIA
LULY	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	BARRIO HUMACAS CALLE 1 PASILLO 3 N°53	326323	DEL RIO ABELLA, LOURDES B. (DRA.)	DEL RIO ABELLA, LOURDES B. (DRA.)
LYSNEY	LABORATORIO GALENICO	SANTA CRUZ	AV. PIRAI No. B-14		BUSTILLOS EULATE, RENE (DR.)	BUSTILLOS EULATE, RENE (DR.)
M.A.C.	LABORATORIO GALENICO	COCHABAMBA	AV. GUALBERTO VILLARROEL, TIQUI		CORTEZ BAPTISTA, MARIO FERNANDO	MORALES MORALES, MARIA ELENA (DRA.)
MACANUDO S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/BOQUERON N°1512 ZONA SAN PEDRO	2493089	GUILEN LLERENA WILLY RICARDO	NINA MAMANI ODON
MALENA	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	C. PACCIERI No. 601 ESQ. LANZA (AV.SALAMANCA 917)	4221516 - 4523200	YANEZ EID, DANTE ABRAHAM	YANEZ EID, DANTE ABRAHAM (DR.)
MALTA Y ASOCIADOS S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. G. VILLARROEL No. 333/ C.TELLEZ GIRON No24	33336077	CARMEN CELIA CAMACHO VACA	TERAN MODREGON ELIZABETH ESTHER
MANUFACTURER'S REPRESENTATIVES CO LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. ZOILO FLORES No 1266 ED. FIGLIOZZI 1ER.PIZO OF. 2-3	2492462 - 2492482	SAENZ DE ARRAYA, ROSARIO	LEAÑO RASGUIDO, SIMON (DR.)

MARKAL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	BATALLON COLORADOS No. 353	527749	DE BOCK PETIT, ERIC	MENDIVIL, MARIA JIMENA (DRA.)
MASHMEDIC	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CALLE QUIJARRO N° 246	3348798	BECHARA MUKLED CARLOS	ROMAN GALARZA VALERIA PAOLA
MATERMED IMPORTADORA Y EXPORTADORA	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C/ ROSENDO VILLALOBOS N° 1337	2223032 - 2223036 - 2126143	VILLALTA ACHA, JUAN CARLOS (DR.)	NO REQUIERE
MEDIBOL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. HUGO ESTRADA No. 30	223866	LIENDO ROMERO ALBERTO	JAUREGUI DE LIENDO, CELIA MARTHA (DRA.)
MEDICAL S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AVENIDA . VILLAMIL DE RADA N° 802	2485578	MEAVE CRIALES MARIO ARMANDO	BORGES FLORES MARIA ANGELICA
MEDIFARM S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. MONSEÑOR SANTISTEBAN ESQ. DIEGO DE MENDOZA 308 PROLONGACION QUIJARRO N°108	3334222	CAJAS BASTIDAS JOSE RODRIGO	BARRIOS OTONDO JANETH
MEDILAB IMPORT EXPORT	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	C. ECUADOR N°739 ENTRE ANTEZANA Y 16 JULIO	4234333	JALDIN MENDEZ,OMAR	PARIHUANCOLLO VACA, NORAH (DRA)
MEGA VIT	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	CALLE BAPTISTA N°386 SEGUNDO PISO ESQ. MAYOR ROCHA	4221470	ENCINA DE DELLE PIANE GLORIA DEL PILAR	GUERRERO MOLINA ROSARIO ADRIANA (DRA)
MHEDICAL PHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. LEMOINE No.156	3367170	BADDOUR DABDOUB, GEORGE (DR.)	DR. MARIO PERCY LEAÑOS MANRRIQUE
MINERVA S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	C. MURURATA No.100 VILLA LA MERCED	2210161 - 2213035	GAMBOA VILLARROEL, MARGARITA (DRA.)	GAMBOA VILLARROEL, MARGARITA (DRA.)
MISKYTHAYA SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EL PRADO N° 1479 EDIF. SAN PABLO PISO 14.OF1402	2311423	ECHEVERIA LOPEZ, EDUARDO	
MIYUKI LTDA	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	AV.6 DE AGOSTO N° 2455 ED.HILDA PISO 10 OF.1001	2443630 - 2443888	KIMURA SATO, MOTOYOSHI	CAMPOS ELIO SILVIA RUCENA (DRA)
MONTEERRICO LTDA.	LABORATORIO GALENICO COSMETICO	LA PAZ	C. ADOLFO GONZALES No. 2222	2372835	GENG P., MARIA ESTHER	REYES MAYORGA, MIRIAM LEONOR (DRA.)
MUNDO DE LA NUTRICION	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO EDIF. CENTENARIO LOCAL 10	2441789	IVAN DAVID ANCIETA ARCHONDO	MARIA ELENA TORRICO SALAZAR
NEO-DERM	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. VELASCO No. 40		ANTELO SUAREZ, LILIAN EMMA	VIDEZ DEMETRY EVY (DRA)
NEOPHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. CAMACHO N°1413 ESQ.LOAYZA EDIF BBA PISO12	2361180	PEÑARANDA, OCTAVIO	
NESTLE BOLIVIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. ALFREDO ASCARRUNZ No. 2547	2410999	GONZALES L., AUGUSTO	AYLLON VARGAS, MARTHA LUISA (DRA.)
NEW STOCK REPRESENTACIONES SRL.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	CALLE GENARO GAMARRA N° 1851 ZONA MIRAFLORES	2241521	MARQUES TORRICO, FERNANDO	HURTADO HEREDIA, NELLY (DRA)
NICOPAT	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C/ REPÚBLICA DOMINICANA N°212		IRUSTA DIAZ MIGUEL	RAMIREZ GUZMÁN GLADYS
ODONTO EXPRESS	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	LADISLAO CABRERA N° 469	500869	MARTINEZ TORREJON ARTEMIO	MARIN CARVALLO LIBERTAD RAQUEL
OFFTAL FARMACEUTICA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. SIRARI N° 30	3430940	AQUINO FRETES ULISES ARISTIDES RAMON	FLORES COIMBRA FRESIA
OLIMPU PHARMA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	POTOSI	C. CHAYANTA No. 820	23444-24344	RENDON RODRIGUEZ, GONZALO	RENDON RODRIGUEZ, MARELA (DRA.)
OMNILIFE DE BOLIVIA S.A.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	LA PAZ	CAPTAN RAVEL N°2117 SOPOCACHI	2441699	GUARDIA COIMBRA GARY ANTONIO (LIC)	PEREZ CRESPO,LUIS (DR)
ORGANIZACION "TORO" S.R.L.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. BOLIVAR No. 578	326842	SOLARES ZAMORA, HUGO (LIC.)	CORTEZ REYES, TRINIDAD (DRA.)
ORIENTE MARVI REPRESENTACIONES	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. BELISARIO SALINAS 490 CASO ESQUINA SANCHEZ LIMA	2424748	VIVEROS GALARZA MARLENE	VIVEROS GALARZA MARLENE
ORSUD LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO No. 2410	2440652- 2440743 - 2440273	BARRON MONTES, JOSE ANTONIO	CERVANTES MEDINA, JOSE DOMINGO (DR.)
PACIFIC PHARMA GROUP LTD	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	CALLE VALENTIN ABECIA N°1849-B	2419608	ENCINAS REVILLA CARLOS ABELB	ORELLANA ALDUNATE OSCAR (DR.)
PHARMA DENT BOLIVIA LTDA.	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	C. NUFLO DE CHAVEZ N°335		BISCHOF GUIDO	
PHARMA INVESTI SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. MOLDES Nro 200 ESQ. CALLE LA PAZ, ZONA CENTRO	3337556	GONZALO CALVO FERRO/ GUZMAN MIGUEL FERMI	DIAZ YACA, MADAI TERESA (DRA.)
PHARMA LUZ S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO N°2809	2430490	CLAVIJO DE SALAMANCA MARIA LUZ	VARGAS URQUIETA WILMA
PHARMA NATURIST S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. LA PAZ No.10	535282	GUTIERREZ ROSADO, RENE	PERALTA GAMARRA, BERTHA PASTORA (DRA.)
PHARMABOZ	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. LA BANDERA N° 1300		BOZO LAFUENTE RICHARD HUGO	ZELAYA MENDIVIL DAISY JUANA
PHARMAKON INTERNATIONAL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. HUGO ESTRADA No. 82 MIRAFL		ERICHSEN JENSEN, MOGENS	
PHARMATECH BOLIVIANA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C9 OESTE N°15 EQUIPETROL	3340150-3340158	AHUILE GORAYEB, ABDON YAMIL	ESPINOZA FERNANDEZ, NORMA BETTY (DRA.)
PLANTA MEDICA	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ - COROICO	APANTO - COROICO NOR YUNGAS S/N QUINTA UCHUMACHI	022133-6015	PAULI STROHM, KURT ADOLF	MACHICADO VASQUEZ EDUARD DR.)
PREMIER INTERNACIONAL S.R.L	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	C.LANZA 261	4523054	MILICOVSKY DE PEREIRA, RUTH ANA	AGUIRRE ZABALAGA, ELIZABETH PATRICIA(DRA)
PROCTER & GAMBLE BOLIVIA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. MERCADO N° 1118 EDIF LUI PISO 4 CENTRAL	2794742 - 2379474	ACEVEDO S., RODOLFO PEDRO	SOLIZ VASQUES JACKELINE (DRA)
PROD-DENTAL LTDA	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	CALLE MERCADO N°1328	2324143	FIGUEROA ERAZO, EDUARDO (DR.)	
PRODEXA LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	CARRETERA AL NORTE KM. 81/2	33428222	NOSTAS ARDAYA,RONALD	LAQUIS CHEQUER JORGE (DR.)
PRODUCTOS FAMILIA SANCELTA SA.SUCURSAL BOLIVIA	IMPORTADORA DE INSUMOS	SANTA CRUZ	AV.CRISTO REDENTOR N°470	344-2724	DURAN ZURITA JOAQUIN FERNANDO	NO REQUIERE
PRODUCTOS HERITAGE BOLIVIA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. MUÑOZ DE CHAVEZ No 202	363535	FONSECA LAZARO RAMON	ZENTENO MENA, JANETH NORAH
PROMEDICAL S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. LOS MANGOS No. 36 . UV 17 MANZANA 53 ENTRE ALEMANIA Y MUTUALISTA	010-3-3436970 -- 3432465	PIERNAGORDA SAENZ RODRIGO	HUARACHI ARMATA NORMA JUANA (DRA)
PROMENAT S.R.L.	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	AV. BALLIVIAN No.2630 COLACOTO	2795530	MONDACA DE LA BARRA, ROLANDO JERRY (DR)	MONDACA DE LA BARRA, ROLANDO JERRY (DR.)
PRONATURA	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	PLAZA AVAROA No. 497		SERRUTO MORAVEC, WALDO	SILVERSTEIN M., MONICA ELLA (DRA.)

PRONATURA	LABORATORIO GALENICO	COCHABAMBA	C. DEL MITAYO No. 848		BUSTAMANTE G., LIGIA ZULEMA (DRA.)	BUSTAMANTE G., LIGIA ZULEMA (DRA.)
PROSA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EDIF. COLON PISO 8 OF. 807	2357669	ALVAREZ LEMAITRE, ARMANDO LUIS	MONSON ORRELANA WLATER (DR)
QUIMBOL LEVER S.A.	LABORATORIO FABRICANTE DE ARTICULOS DE LIMPIEZA PARA EL HOGAR Y COSMETICOS	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM 10.4	4262919	CENTURION GUIA TERESA ARACELI	IÑIGUEZ SUBIETA MARIA TERESA
QUIMBOL LEVER S.A.	IMPORTADORA DE COSMETICOS	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM 10.4	4262919	CENTURION GUIA, TERESA ARACELI	IÑIGUEZ SUBIETA MARIA TERESA
QUIMICA INDUSTRIAL LOPEZ	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	COCHABAMBA	URB. QUINTANILLA KM.4 SACABA		LOPEZ UZEDA, ROGER	ARAMAYO BERNAL, LOURDES (DRA.)
QUIMICA TAURO S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	PLAZUELA BARBA PADILLA No. 090		ZAMBRANA, GRACIELA (DRA.)	RODRIGUEZ JIMENEZ, SEVERINA (DRA.)
QUIMIZA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C.CAPITAN RAVELO No 2111	2444369 - 2444618	BERDICHEVSKY MORALES, SIMON ENRIQUE	DEL CARPIO CUELLAR, LUIS FERNANDO
QUIRUMEDICA S.R.L.	IMPORTADORA EQUIPOS DE SALUD	LA PAZ	AV. BUSCH N° 2060, ED. SAN MARTIN MEZ.OF.D	2223448	MELGAR VELASCO EMILIO	
RAICES IMPORT EXPORT LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. LA RIVA No 364	3334040 - 3333471	AGUIRRE GRAPIN, ANDRES	SOTO PEÑA, CLAUDIA (DRA)
REIFSCHNEIDER BOLIVIA LT	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. POTOSI No. 1316 ZONA STA.	2366117	RUIZ TAGLE DOMINGUEZ, IGNACIO	RUIZ TAGLE DOMINGUEZ, IGNACIO
REIMPEX	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ	C. IGNACIO PRUDENCIO No. 1203		AGUIRRE AGUIRRE, RENE	QUISBERT ALCAZAR, JORGE
REPYCOTEC	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C.ARMANDO CHIRVECHES No 2028 (SOPOCACHI)	2419363	CAMPOS VALVERDE, OSCAR FRANCISCO	CAMPOS VALVERDE, OSCAR FRANCISCO
REX	LABORATORIO GALENICO	LA PAZ	AV. ARMENTIA No. 640	2341423	PERICON SALINAS JUAN	MAMANI TICONA, DORA (DRA.)
ROSHOLT INTERNATIONAL	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	PASAJE BUENOS AIRES No. 5 ENTRE PANDO Y AMERICA Q		ROSHOLT CHAVEZ, RICHARD DUNCAN	
ROSSI LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. PANAMERICANA No.1959 EL ALT	2860377 - 2406545	FARAH DE ASBUN, MARTHA CLEMENCIA	NOGALES DE BELLIDO, TERESA (DRA.)
ROXELL S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	LA PAZ	AV. ECUADOR N°2171 ZONA SOPOCACHI	2422139	CONDARCO DE NAVA, MIRIAM FRIDA	HERRERA VARGAS MARY SOL
S.P.V. LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. 21 DE MAYO No. 650		SOTO RIOS, MIRIAM KARINA (DRA.)	PANIAGUA PARADA, NORMA SONIA (DRA.)
SACI	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO KM 6 1/2	4379900	BEDOYA SAENZ ARTURO SIMON	MATULIC BEZMALINOVIC, SANDRA (DRA.)
SAGIC	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	AV. CHACALTAYA No. 1258		REYNAGA, ERNESTO	RODRIGUEZ PACO, EDUARDO
SALENAC	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. GUAJOJO No.150	420819	CANELAS LUJAN, RAUL G.	MEJIA RODRIGUEZ, SANDRA ELIANA (DRA.)
SALUR S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ITURRALDE N° 1344	223390 - 2245673	URQUIZO MARTINS, FERNANDO ALBERTO	INO FUENTES MANTILLA, HILDA JUDITH (DRA.)
SAN ANTONIO IMP.Y REP.	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. MONTEVIDEO N°140 ED.JORGE ZAMBRANA,PISO 3-OF303	2440668 - 2440057	ORTEGA RAMOS DE SAA,ROXANA VIRGINIA	NAVARRO DE CORTEZ DANITZA
SAN FERNANDO SRL.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C.LOS CLAVELES No 524. BARRIO SIRARI	3424941	LAMOLINA MONZON, RUBEN OSVALDO	DAVALOS JORDAN, YNES REBECA
SAN MARTIN DE PORRES	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C CUELLAR N°222	3350047	CHAVEZ PAZ, ROSA BEATRIZ	CASTEDO CAPOBIANCO, MARIA ELIZABETH
SANVA LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. SUAREZ DE FIGUEROA No. 282	344833	SANDOVAL ARTEAGA, PEDRO (DR.)	
SCANNER LABORATORIE PHARMACEUTIC S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	BARRIO 7 SEPTIEMBRE UV. 72 MZA.16 DPTO. 1 ZONA NORTE		GUTIERREZ DE VASQUEZ,CINTHYA	ARTEGA RODRIGUEZ, BLANCA SONIA (DRA)
SCHERING BOLIVIANA LTDA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	CALLE 6 No 125 OBRAJES ESQ. ORMACHEA	2782338 - 2782775	DAG PFEIFFER	DUEÑAS RIVERA, JOSE ERNESTO
SCHMIDTS PHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. MCAL. STA. CRUZ ESQ. YANACOCHEA EDIF. HANSA 6a-7aPISO	2406060-2406528-2406904-2408106	PACHECO VELEZ, PATRICIA VIKY	PACHECO VELEZ, PATRICIA VIKY (DRA.)
SERVI-MEDIC BOLIVIA S.R.L	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. CRESPO No. 2178 (SOPOCACHI ALTO)	2417673	MARTINET FERNANDEZ, ANTONIO ERNESTO	PARDO DORIA MEDINA, ELIZABETH FATIMA
SEUL KOREA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	C. LADISLAO CABRERA No. 63-165	24786	TORREZ R., GREGORIO	MUR, DELIA (DRA.)
SHARE IMPORT EXPORT	IMPORTADORA REACTIVOS	LA PAZ	C.VICTOR SANJINEZ No2633 SOPOCACHI		SAN JUAN VILLEGAS,MIGUEL ANGEL	BOUTIER ZEGARRA, NARDA LILIAN (DRA)
SIBOL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ECUADOR No.2211 Z.SOPOCACH	2369588	CALDERON DE PARDOVALLE, ELVIRA	CHUNGARA RECACOCHEA, ELSA (DRA.)
SILPLAS IMPORT	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C/TENIENTE ARTEAGA N° 97	3378199	ACHAYMAN VELARDE JOSE MOISES	BLANCO ALARCON JIMENA
SIMPHA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	AV. BLANCO GALINDO No. O-1975	4280371	GONZALES MATURANO FRANSISCO OSCAR	VILASECA UGARTE, AMANDA (DRA.)
SINAI SRL.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	VILLA 1 DE MAYO.CALLE 13 N° 57 OESTE	3 - 499261	VASQUEZ VERDUGUEZ, RUBEN	CRUZ COPA CAROLINA
SOBOMETRA	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	C. GONZALEZ No140 E/C. ILLAMPU ZONA SAN PEDRO	2313783-2331724	ALVAREZ QUISPE,WALTER	
SOCOMAN S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO No. 2008 ED. V CENTENARIO P.2	2441666	MEDINA RAMALLO, OSCAR LUIS	ROMAY CANALES RODOLFO (DR.)
SOGERBOL S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. BARRIENTOS 66 BARRIO URBARI	580771-01647247	ZIMERRMAN WILLE KURT MIGUEL	HERRERA SALAZARJANETH ALICIA (DRA)
SOLUCION NUTRI - WEST L.A. SRL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. ALEMANA No 3080	3436899	VILLARREAL TERRAZAS APOLINAR OSCAR	CHARA VENTURA JUAN CARLOS (DR)
SOUTH AMERICAN EXPRESS S.A.(SAE S.A.)	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ECUADOR No. 2608 (SOPOCACHI)/ AV. SAVEDRA No 2608	2410676	DUERI SIADE, OLIVER LUIS	NIeva TRIGO MAGDA VERONICA
SOUTH PACIFIC CORPORATION	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. 6 DE AGOSTO No. 2190 PISO	2352058	PRADO APAZA, GERARDO	HERNANDEZ BELLIDO GABY FANNI
SPAN	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	AV. 20 DE OCTUBRE No. 2036		BONADONA COSSIO, ALBERTO	
STAR	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	COCHABAMBA	LOCALIDAD TIQUIPAYA CBBA)		PEREZ LOPEZ, TITO (DR.)	CASTELLON P., CARLOS DAVID
SUPRA PHARMA S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. PAZ NERY NAVA 652 - ALTO OBRAJES	2732509	SALAZAR FLORES GERMAN FREDDY	SALASAR FLORES FREDDY (DR)

TAMIVA	IMPORTADORA DE INSUMOS	COCHABAMBA	CALLE LANZA N° 0261 ESQUINA ECUADOR EDIFICIO ALBA	4255663 - 4529320	TERRAZAS RIVAS, MIGUEL ANGEL	
TECNOFARMA S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	SANCCHEZ LIMA N° 2440 AV. BELISARIO SALINAS	2411602 - 2412713	SIREDEY OLIVARES FRANCISCO (SR)	MORALES PORCEL, CELIA AMPARO (DRA.)
TECNOMED	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	CALLE LA PAZ N° 360	3338707	ALARCON DE LOPEZ MARINA CELIA	ALARCON DE LOPEZ MARINA CELIA
TELCHI - LITEL LTDA.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	AV. LIBERTADOR NO.164	3 - 539595	TELCHI ASBUN, ROBERTO ABRAHAM (DR.)	BENDECK TELCHI, ELENA (DRA.)
TERBOL S.A.	LABORATORIO INDUSTRIAL FARMACEUTICO	SANTA CRUZ	BARRIO HAMACAS CALLE 2 ESTE No 3205	3426767	MORALES URQUIZU, HUGO MARCELO	MATJASEVIC LUKSIC, MARIA DINKA
THAIS LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	AV. VILLAZON KM. 3 PACATA BAJA AROCAGUA	429816	ALISS MASSUD, FRANCISCO JORGE	AZUGA HUAYLLAS PEGGY TERESA (DRA)
THRISNA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	RICARDO MUJIA N°842		SANDOVAL CALATAYD YOVANKA MARCELA	PACO SALAZAR GLORIA AMPARO (DRA)
TIAHUANAKU	LABORATORIO PRODUCTOS NATURALES	LA PAZ	AV. BUENOS AIRES No. 1589		CALLE ALVAREZ, JULIO (DR.)	CALLE ALVAREZ, JULIO (DR.)
TOKALAN	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	SANTA CRUZ	C. REPUBLICUETAS N520	323945	PRADO CONTRERAS, JAVIER	PANIAGUA PARADA, NORMA SONIA (DRA.)
TOTAL S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. SUAREZ ARANA C.SACARIAS SA	362784	GALLARDO MORENO, FELIX ANTONIO	CAMACHO SAAVEDRA IVONNE (DRA)
TRANSBEL S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. GUEMEZ N° 2 EQUIPETROL	3376464	BAZAN FARFAN ALVARO ALEX	ALARCON CAPARROZ, NORMA (DRA.)
TRANS-ECOM S.R.L	IMPORTADORA DE INSUMOS	LA PAZ	C. AGUSTIN ASPIAZU N°616	2415005-2415006	HEINZE ZAPATA, RAINER HORACIO	
TRASINCO S.R.L.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. ECUADOR No. 1999	2390542	BERMUDEZ YAVEZ, JAVIER G.	MORALES ALARCON, JULIA MARTHA (DRA.)
TREJO LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. BOLIVAR No. 325 ESQ. AROMA	349077	JUSTINIANO PAZ, ROGER MARIO	ZABALA ARAMAYO, ROBERTO (DR.)
UNINBOL LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	C. RIVERA No 58 ENTRE RENE MORENO E INDEPENDENCIA	322243-363619	LOUREIRO, FERNANDO J.L.	PEREZ LIMON, CARMELITA (DRA.)
UNIPHARMA	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	C. VILLEGAS No. 1145	2356028	GUTIERREZ, FERNANDO A.	
VANNY DE ORO	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. CONCHITAS ESQ. 23 DE MARZO	2361965	BEJARANO VACAFLOR, HUGO	OCAMPO ORELLANA, HUGO
VIBOL	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	EDIF. ORURO PISO 11	2341647	PENALOZA, MERY (DRA.)	MIRANDA SAIQUITA, RENE (DR.)
VIRGEN DE LUJAN	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	PARQUE LIBANO No.186	2390409	VILLAVICENCIO, ENCARNACION DE (DRA.)	VILLAVICENCIO, ENCARNACION DE (DRA.)
WARNER LAMBERT BOLIVIA S.A	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. CAPITAN RAVELO N°2111	2444369	FLORES TORO JENNY EVIS	FLORES TORO JENNY EVIS
WILSTERMANN Y CIA LTDA.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	COCHABAMBA	CALLE JOSE POL N. S-0229	543083 AL 86	WILSTERMANN GRAGEDA, CARLOS	BELLIDO VELASQUEZ, DIVA (DRA.)
WORLD NUTRITION S.A.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	SANTA CRUZ	AV. NOEL KEMPF MERCADO N° 890 EQUIPETROL	3366222	AHUILE GORAYEB ABDON YAMIL (EXTRANJERO)	CABALLERO MEDRANO, PATRICIA ELIZABETH
YANBAL DE BOLIVIA S.A	IMPORTADORA DE COSMETICOS	SANTA CRUZ	MOXOS N° 441 MAQUINA VIEJA	3452500 - 71525925	FONSECA DIAZ ALBERTO	MONTAÑO VACAFLOR DE BIRBUET MARIA TERESA
YOL S.R.L.	LABORATORIO INDUSTRIAL COSMETICO	LA PAZ	C. LUCAS JAIMES No.1808		GARCIA DE CASTRO, MERCEDES	ZAMURIANO ARANIBAR, FANNY (DRA.)
ZENITH DIV. L.G.	IMPORTADORA DE MEDICAMENTOS	LA PAZ	AV. ECUADOR No. 2156 piso 1. SOPOCACFUENTEHI	2417487	GUZMAN ZUÑIGA, OSCAR	PAUCARA VEGA, TANIA AIDEE

FUENTE: DINAMED

BIBLIOTECA DE ECONOMIA

ANEXO No. 6

CLASE TERAPEUTICA

	CLASE TERAPEUTICA	UNID.	VALORES
		(00)	(000)
A	TRACTO ALIMENTARIO Y METABOLISMO		
A2	ANTIACIDOS, ANTIFLATULENTOS Y ANTIULCEROSOS	323.10	1,948
A2B	ANTIULCEROS PEPTICOS	149.00	1,221
A3C	PROPULSIVOS	297.10	1,455
A6A	LAXANTES	284.60	902
A7	ANTIDIARREICOS	166.80	683
A10	ANTIDIABETICOS	82.60	583
A11	VITAMINAS C/ MINERALES	679.50	5,254
B	SANGRE Y APARATO HEMATOPOYETICO		
B1	AGENTES ANTITROMBOTICOS	23.80	260
B3	ANTIANEMICOS	53.10	347
C	SISTEMA CARDIOVASCULAR		
C1	TERAPIA CARDIACA	90.60	399
C2	ANTIHIPERTENSIVOS	2.20	13
C2 A	ANTIHIPERTENSIVOS SIMPLES	2.10	12
C2 A1	ANTIHIPERTENSIVOS SIMPLES DE ACCION CENTRAL	2.10	12
C3	DIURETICOS	27.70	87
C3 A	AGENTES POTASICOS	4.00	15
C7	AGENTES BETABLOQUEADORES	65.10	369
C8	ANTAGONISTAS DEL Ca ++	54.90	557
C9	AGENTES ACTIVOS ANGIOTENSINA Y RENINA	227.70	2,392
D	DERMATOLOGICOS		
D1	ANTIMICOTICOS DERMATOLOGICOS	165.70	560
D2	EMOLIENTES Y PROTECTORES	216.30	816
D4	ANTIPRURUTICOS C/ ANTIHISTAMINICOS + ANESTESICO	33.20	125
E	ANTIINFECCIOSOS GENERALES PARA USO DERMATOLOGICOS		
D1 A2	ANTIMICOTICOS DERMATOLOGICOS SISTEMICOS	2.00	20
D6 D1	ANTIVIRALES	14.00	55
F	SISTEMA MUSCULOESQUELETICO		

M1	ANTIINFLAMATORIO ANTIRREUMATICO	450.70	3,994
M3	RELAJANTES MUSCULARES	59.80	419
M4	ANTIGOTOSOS	15.40	143
G	SISTEMA NERVIOSO		
N1	ANESTESICOS	35.60	167
N2 B	ANALGESICOS NO NARCOTICOS Y ANTIPIRETICOS	481.20	3,367
N3	ANTIEPILEPTICOS	136.30	709
N4	ANTIPARKINSONICOS	13.20	195
N5	PSICOLEPTICOS	346.80	1,531
N6	PSICOANALEPTICOS	171.40	909
H	PRODUCTOS ANTIPARASITARIOS		
P1	ANTIPARASITARIOS	38.70	119
P1 B	ANTIHELMINTICOS	124.60	271
I	SISTEMAS RESPIRATORIOS		
R5	PREPARADOS PARA EL RESFRIADO Y LA TOS	1232.40	4,489
R6	ANTIISTAMINICOS SISTEMICOS	145.00	876
J	ORGANOS SENSORIALES	526.90	2,438

ANEXO No. 7

EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA BOLIVIANA

PAIS	RAZON SOCIAL	NANDINA	DESCRIPCION DE NANDINA	2000		2001		2002		2003*	
				KILO NETO	VALOR Usd..	KILO NETO	VALOR Usd..	KILO NETO	VALOR Usd..	KILO NETO	VALOR Usd..
ALEMANIA, REPUBLICA FEDERAL DE	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					1,764.00	23,516.16	1,954.00	19,900.85
ARGENTINA	LABORATORIOS BAGO S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					0.50	9.60		
CHILE	LABORATORIOS BAGO S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO			17.00	4,900.00				
CHILE	YAKURAY	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					2.00	32.00		
ECUADOR	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3003900000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS(EXCEPTO LAS PARTIDAS NOS 3002,3005,3006)CONSTITUIDOS POR PRODUCTOS MEZCLADOS O SIN MEZCLAR,PREPARADOS PARA USOS TERAPEUTICOS O PROFILACTICOS,SIN DOSIFICAR					1,171.00	22,175.66		
ECUADOR	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004101000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN PENICILINAS O DERIVADOS DE ESTOS PRODUCTOS CON ESTRUCTURA DEL ACIDO PENICILANICO,O ESTREPTOMICINAS O DERIVADOS DE ESTOS PROD.,PARA USO HUMANO,DOSIFICADOS			115.00	2,801.65	3.00	1,176.00		
ECUADOR	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004201000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS PARA USO HUMANO DOSIFICADOS					2,656.00	73,258.98		
ECUADOR	TECNOFARMA S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	186.80	21,072.00	413.00	21,588.84	321.89	31,380.00	342.00	48,216.00
ECUADOR	MIN.DE SALUD Y PREVISION SOCIAL	3003200000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS,SIN DOSIFICAR							148.00	1,200.00
ESTADOS UNIDOS	LABORATORIOS PLANTA MEDICA S.R.L.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	121.00	3,800.00						
PARAGUAY	LABORATORIOS ALCOS S.A.	3003200000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS,SIN DOSIFICAR							59.74	50.00
PARAGUAY	LABORATORIOS ALCOS S.A.	3004201000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS PARA USO HUMANO DOSIFICADOS					126.53	5,005.00		
PARAGUAY	LABORATORIOS ALCOS S.A.	3004901000	LOS DEMAS SUSTITUTOS SINTETICOS DEL PLASMA HUMANO							5,613.00	1,920.00
PARAGUAY	LABORATORIOS ALCOS S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO			14,400.00	8,964.00				
PARAGUAY	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004501000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN VITAMINAS U OTROS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 29.36,PARA USO HUMANO	2,437.00	47,757.84	4,127.00	42,720.21	1,611.87	21,847.45	3,239.20	78,000.83
PARAGUAY	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004901000	LOS DEMAS SUSTITUTOS SINTETICOS DEL PLASMA HUMANO			64.00	1,525.44				
PARAGUAY	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	9,854.40	149,335.64	9,630.94	158,609.80	2,805.34	85,493.17	4,469.86	84,542.69
PARAGUAY	PHARMATEC BOLIVIANA S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					84.00	18,003.60		
PARAGUAY	PHARMATECH BOLIVIANA	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO							285.00	1,209.60
PERU	QUIMIZA LIMITADA	3004201000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS PARA USO HUMANO DOSIFICADOS					38.33	27,000.00		
PERU	QUIMIZA LIMITADA	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO							128.00	8,600.00
PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004101000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN PENICILINAS O DERIVADOS DE ESTOS PRODUCTOS CON ESTRUCTURA DEL ACIDO PENICILANICO,O ESTREPTOMICINAS O DERIVADOS DE ESTOS PROD.,PARA USO HUMANO,DOSIFICADOS	61,826.40	637,247.82	44,987.00	266,562.99	7,139.66	97,285.62	29,465.42	402,559.14

PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004201000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS PARA USO HUMANO.DOSIFICADOS	8,735.00	230,413.00	19,029.00	502,076.35	10,210.28	318,202.44	22,261.15	557,527.01
PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004401100	ANESTESICOS PARA USO HUMANO	7,299.61	26,668.57			601.00	3,697.73	2,471.83	10,697.65
PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004501000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN VITAMINAS U OTROS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 29.36,PARA USO HUMANO			353.00	7,820.84	34.80	3,214.18	371.72	8,042.83
PERU	LABORATORIOS CRESPAL S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					155.00	3,217.29	277.30	10,640.07
PERU	C-TRANS S.R.L.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					145.20	11,730.00		
PERU	GENERAL MANAGEMENT SERVICES LTDA.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO			5.00	2,866.60				
PERU	PROCTER Y GAMBLE BOLIVIA	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					914.68	33,269.23		
PERU	BOLIVAR FARMA SRL.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO							16.00	216.00
REPUBLICA DOMINICANA	PHARMA INVESTI SRL.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					327.00	10,118.29		
URUGUAY	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004501000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN VITAMINAS U OTROS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 29.36,PARA USO HUMANO					53.00	1,682.10		
URUGUAY	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					149.00	4,991.16	15.00	2,075.94
URUGUAY	TECNOFARMA S.A.	3004201000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN OTROS ANTIBIOTICOS PARA USO HUMANO.DOSIFICADOS			246.00	4,104.64				
PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004902100	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO: ANESTESICOS	1,706.00	9,508.20	3,836.00	32,321.49	980.00	5,980.90	1,522.40	9,477.58
PERU	TERAPEUTICA BOLIVIANA S.A. (TERBOL S.A.)	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	4,159.00	18,153.61	4,922.00	50,715.49	2,570.26	30,512.39	11,989.04	81,371.12
PERU	LABORATORIOS FARMACEUTICOS LAFAR S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	2,392.00	14,129.84	6,215.00	38,282.84	4,124.29	35,235.49	719.90	12,839.15
PERU	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004501000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN VITAMINAS U OTROS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 29.36,PARA USO HUMANO	88.00	2,278.00	5,073.82	31,008.53	5,749.00	35,068.77	1,584.10	14,815.50
PERU	DROGUERIA "INTI" S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	1,082.00	7,628.64	3,306.98	177,514.55	11,390.00	226,926.61	2,367.42	100,622.07
PERU	BOLIVAR FARMA LTDA.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	24.00	304.00						
PERU	ABE PHARMA	3004101000	MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN PENICILINAS O DERIVADOS DE ESTOS PRODUCTOS CON ESTRUCTURA DEL ACIDO PENICILANICO, O ESTREPTOMICINAS O DERIVADOS DE ESTOS PROD.,PARA USO HUMANO.DOSIFICADOS					268.00	4,652.50		
PERU	ABE PHARMA	3004501000	LOS DEMAS MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN VITAMINAS U OTROS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 29.36,PARA USO HUMANO					100.50	2,880.52		
PERU	ABE PHARMA	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO					1,909.50	10,226.39		
PERU	LABORATORIOS CRESPAL S.A.	3004902100	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO: ANESTESICOS					30.80	672.10		
URUGUAY	TECNOFARMA S.A.	3004902900	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO	67.80	3,339.84			7.20	418.56		

FUENTE: SIVEX

ANEXO No. 8**EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES 1996-2000**
CLASIFICACION CUCI Rev. 3 - EN DOLARES AMERICANOS

PRODUCTOS		1996	1997	1998	1999	2000/p
PRODUCTOS AGRICOLAS		417.630.679	486.585.500	440.136.373	403.407.613	458.680.123
Productos Alimenticios		311.054.777	373.206.792	368.882.043	352.223.709	415.934.456
1	Soya en grano	64.794.389	61.588.198	47.257.416	39.799.989	46.461.303
2	Tortas y harina de soya	96.315.976	125.855.444	115.111.460	123.812.327	182.042.698
3	Tortas y harina de girasol	2.500.719	4.656.179	4.652.521	5.486.037	6.421.710
4	Aceites comestibles de soya	39.484.350	55.099.874	77.770.943	82.150.277	94.816.177
5	Aceites comestibles de girasol	1.009.815	4.138.907	3.809.707	9.713.804	8.125.260
6	Castaña	28.615.860	31.091.904	30.874.828	30.877.073	32.782.988
7	Café	16.457.743	26.046.250	14.942.858	13.818.246	10.372.102
8	Azúcar	27.854.653	22.054.491	24.579.581	9.139.212	7.219.126
9	Palmitos en conserva	9.544.063	12.355.418	12.054.318	4.524.648	3.465.257
10	Carnes	3.982.034	3.288.642	4.088.875	1.594.688	495.657
11	Bebidas	3.041.604	3.627.306	6.611.347	7.283.288	2.517.569
12	Quinua	1.863.058	2.185.868	1.898.778	2.726.555	1.800.038
13	Frutas	767.835	329.613	570.348	921.732	1.170.866

14	Otros alimentos	14.822.678	20.888.698	24.659.063	20.375.833	18.243.705
Materias primas		106.575.902	113.378.708	71.254.330	51.183.904	42.745.667
15	Madera	68.964.375	67.103.974	50.152.457	26.785.126	27.503.929
16	Algodón	31.281.906	39.253.855	15.457.259	18.807.280	9.628.636
17	Flores y follaje	1.099.258	734.422	1.065.509	822.814	680.960
18	Otras materias primas	5.230.363	6.286.457	4.579.105	4.768.684	4.932.142
PRODUCTOS DE IND. EXTRACTIVA		618.988.792	605.162.754	532.792.943	471.616.436	600.452.434
Minerales y metales		363.566.911	396.878.059	362.144.015	320.822.405	347.779.492
19	Mineral de zinc	151.740.516	200.038.810	158.662.932	154.382.671	169.144.092
20	Mineral de plata	52.161.653	47.960.000	58.812.801	55.821.588	64.723.226
21	Mineral de estaño	12.583.113	10.954.406	7.839.833	5.279.066	10.409.489
22	Mineral de plomo	11.813.592	10.980.666	8.403.402	4.667.123	4.493.213
23	Oro	119.602.158	110.542.771	113.513.159	89.072.146	87.949.930
24	Oxido de antimonio	6.471.917	7.043.283	5.148.601	3.023.416	893.927
25	Otros minerales	9.193.962	9.358.123	9.763.287	8.576.395	10.165.615
Combustibles		141.565.613	106.243.395	96.976.033	74.430.771	176.961.324
26	Gas natural	94.538.936	69.071.137	55.442.530	34.875.398	120.541.116
27	Otros combustibles	47.026.677	37.172.258	41.533.503	39.555.373	56.420.208

Metales no ferrosos		113.856.268	102.041.300	73.672.895	76.363.260	75.711.618
18	Estaño metálico	100.225.773	89.823.998	57.656.370	63.203.472	65.774.790
29	Plata metálica	11.806.107	11.299.299	14.409.958	12.261.910	8.929.111
30	Otros metales	1.824.388	918.003	1.606.567	897.878	1.007.717
MANUFACTURAS		176.102.987	159.483.096	149.069.840	166.077.283	182.856.736
Productos químicos		9.044.411	6.279.645	7.288.704	7.687.233	9.099.756
31	Alcohol etílico	6.272.664	3.241.275	2.788.622	2.246.750	3.715.795
32	Acido bórico	1.833.572	2.257.325	3.248.540	3.947.757	2.698.392
33	Otros productos químicos	938.175	781.045	1.251.542	1.492.726	2.685.569
Otras semi-manufacturas		26.556.612	34.725.654	32.091.859	38.929.676	56.041.757
34	Puertas y ventanas de madera	9.005.455	13.831.087	13.035.800	16.877.883	13.878.645
35	Otros semi-manufacturas de madera	4.609.727	6.645.234	4.021.309	7.650.247	17.594.915
36	Cueros semi-manufacturados	7.733.087	9.701.772	8.017.989	9.267.253	20.060.383
37	Botellas de vidrio	2.748.485	1.365.704	2.937.791	2.730.837	885.016
38	Otros productos semi-manufacturados	2.459.858	3.181.857	4.078.970	2.403.456	3.622.798

Textiles		2.756.132	5.011.522	5.438.522	14.353.782	15.325.633
Prendas de vestir		28.512.794	26.491.815	27.696.158	26.134.270	29.763.653
Otros bienes de consumo		109.233.038	86.974.460	76.554.597	78.972.322	72.625.937
39	Joyería de oro	89.337.872	74.209.204	58.171.605	48.070.215	45.623.232
40	Muebles de madera	3.355.994	4.671.365	9.011.811	21.755.924	17.442.372
41	Manufacturas de cuero	1.702.701	2.009.355	1.675.399	1.503.308	1.051.442
42	Otros bienes de consumo	14.836.471	6.084.536	7.695.782	7.642.875	8.508.891
OTROS PRODUCTOS		1.792.211	1.804.117	925.476	563.686	950.972
TOTAL EXPORTACIONES		1.214.514.669	1.253.035.467	1.122.924.632	1.041.665.018	1.242.940.265

Fuente: Viceministerio de Exportaciones
(p) Datos preliminares

ANEXO No. 9

BOLIVIA: EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES 1998-2000 **ZONAS GEOECONOMICAS - EN DOLARES AMERICANOS**

ZONA GEOECONOMICA	1998	1999	2000
Comunidad Andina (CAN)	241.269.131	217.799.502	307.318.825
Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	200.059.374	168.759.840	258.795.087
Unión Europea	307.952.365	285.661.502	250.300.201
Tratado de Libre Comercio (TLC)	213.706.838	232.039.925	204.997.027
Asociación Europea de Libre Comercio	83.850.701	69.335.227	163.171.533
Japón	3.210.088	6.695.084	3.403.596
Mercado Común Centroamericano	130.009	290.707	265.740
Resto del Mundo	72.746.126	61.083.231	54.688.256
TOTAL EXPORTACIONES	1.122.924.632	1.041.665.018	1.242.940.265

Fuente: Viceministerio de Exportaciones

ANEXO No. 10

GLOSARIO

Las definiciones dadas a continuación se aplican a términos empleados, es posible que tengan significados diferentes en otros contextos.

Area limpia

Un área que cuente con un control definido del medio ambiente con respecto a la contaminación con partículas o microorganismos, con instalaciones construidas y usadas de tal manera que se reduzca la introducción, generación y retención de contaminantes dentro del área.

Autorización para comercializar (licencia del producto, certificado de registro)

Documento legal emitido por la autoridad competente en materia de reglamentación farmacéutica, que establece la composición y formulación detalladas del producto y las especificaciones de la farmacopea u otras especificaciones reconocidas de sus ingredientes y del producto final, y que incluye detalles sobre envasado etiquetado y tiempo de conservación.

Calibración

El conjunto de operaciones que establece, bajo condiciones específicas, la relación entre los valores indicados por un instrumento o sistema de medición (especialmente de pesaje), registro, y control, o los valores representados por una medida material, y los correspondientes valores conocidos de un patrón de referencia. Es preciso establecer los límites de aceptación de los resultados de las mediciones.

Comprobación

Acción documentada que demuestra que un procedimiento, proceso equipo, material, actividad, o sistema conduce a los resultados previstos.

Consignación (o envío)

Cantidad de materia prima, o de producto farmacéutico, preparada por un fabricante y que se suministra de una sola vez en respuesta a una determinada demanda o pedido. Un envío puede comprender uno o más envases o contenedores y puede incluir material proveniente de más de un lote.

Contaminación cruzada

Contaminación de materia prima, producto intermedio, o producto terminado, con otro

material de partida o producto durante la producción.

Control durante el procesado

Controles efectuados durante la producción con el fin de vigilar y, si fuere necesario, ajustar el proceso para asegurar que el producto se conforme a las especificaciones. El control del medio ambiente o del equipo puede también considerarse como parte del control durante el procesado.

Cuarentena

Estado de las materias primas o de envasado, o materiales intermedios, o productos a granel o terminados, aislados por medios físicos o por otros medios eficaces, mientras se espera una decisión acerca de su aprobación, rechazo, o reprocesamiento.

Envasado

Todas las operaciones, incluyendo las de llenado y etiquetado, a las que tiene que ser sometido un producto a granel para que se convierta en un producto terminado. El llenado estéril no sería considerado normalmente como parte del envasado, ya que se entiende por producto a granel el contenedor primario lleno, pero que aún no haya sido sometido al envasado final.

Esclusa de aire

Un lugar cerrado, con dos o más puertas, que se interpone entre dos o más habitaciones que sean, por ejemplo, de diferentes grados de limpieza, que tiene por objeto controlar el flujo de aire entre dichas habitaciones cuando se precisa ingresar a ellas. Una esclusa de aire está destinada a ser utilizada por personas o cosas.

Especificaciones

Documento que describe detalladamente las condiciones que deben reunir los productos o materiales usados u obtenidos durante la fabricación. Las especificaciones sirven de base para la evaluación de la calidad.

Fabricación

Todas las operaciones que incluyan la adquisición de materiales y productos, producción, control de calidad, autorización de circulación, almacenamiento, embarque de productos terminados, y los controles relacionados con estas operaciones.

Fabricante

Compañía que lleva a cabo las etapas de la fabricación.

Fórmula maestra

Documento (o conjunto de documentos) que especifique las materias primas con sus cantidades y materiales de envasado, y que incluya una descripción de los procedimientos y precauciones que deben tomarse para producir una cantidad

específica de un producto terminado, como también las instrucciones para el procesado y el control durante el procesado.

Principio farmacéutico activo (ingrediente farmacéutico activo)

Una sustancia o compuesto a utilizarse en la fabricación de un producto farmacéutico como compuesto farmacológico activo (ingrediente).

Instrucciones de procesado

Véase la fórmula maestra.

Lote

Una cantidad definida de materia prima, material de envasado, o producto procesado en un solo proceso o en una serie de procesos, de tal manera que puede esperarse que sea homogéneo. En el caso de un proceso continuo de fabricación, el lote debe corresponder a una fracción definida de la producción, que se caracterice por la homogeneidad que se busca en el producto. A veces es preciso dividir un lote en una serie de sublotes, que más tarde se juntan de nuevo para formar un lote final homogéneo.

Materia prima

Toda sustancia de calidad definida empleada en la fabricación de un producto farmacéutico, excluyendo los materiales de envasado.

Material de envasado

Cualquier material, incluyendo el material impreso, empleado en el envasado de un producto farmacéutico, excluyendo todo envase exterior utilizado para el transporte o embarque. Los materiales de envasado se consideran primarios cuando están destinados a estar en contacto directo con el producto, y secundarios cuando no lo están.

Número de lote

Una combinación bien definida de números y/o letras que identifique específicamente un lote en las etiquetas, registros de lotes, certificados de análisis, etc.

Parenterales de gran volumen

Soluciones estériles destinadas a la administración por vía parenteral, que tengan un volumen de 100 ml o más, en un solo contenedor de la forma farmacéutica terminada.

Persona autorizada

Una persona responsable de autorizar la circulación de los lotes del producto terminado para su venta. La documentación de un lote del producto terminado debe ser firmada por una persona autorizada del departamento de producción, y los resultados de la prueba del lote deben ser firmados por una persona autorizada del departamento de control de calidad para que pueda autorizarse la circulación del lote.

Procedimiento operativo estandarizado

Procedimiento escrito autorizado que contiene instrucciones para realizar operaciones que no necesariamente son específicas para un producto o material determinado, sino de naturaleza más general (por ejemplo: manejo, mantenimiento, y limpieza de equipos; comprobación; limpieza de instalaciones, y control ambiental; muestreo, e inspección). Procedimientos de esta naturaleza pueden utilizarse como complemento de la documentación específica para un producto, sea ésta una documentación maestra o referente a la producción de lotes.

Proceso crítico

Proceso que puede causar variación en la calidad del producto farmacéutico.

Producción

Todas las operaciones involucradas en la preparación de un producto farmacéutico, desde la recepción de los materiales, a través del procesado y el envasado, hasta llegar al producto terminado.

Producto a granel

Todo producto que ha completado todas las etapas del procesamiento; sin incluir el envasado final.

Producto terminado

Producto que ha sido sometido a todas las etapas de producción, incluyendo el envasado en el contenedor final y el etiquetado.

Producto devuelto

Producto terminado enviado de vuelta al fabricante.

Producto farmacéutico

Todo medicamento destinado al uso humano o veterinario, presentado en su forma farmacéutica definitiva o como materia prima destinada a usarse en dicha forma farmacéutica, cuando está legalmente sujeto a inspección en el Estado Miembro exportador y en el Estado Miembro importador.

Producto intermedio

Material parcialmente procesado que debe someterse a otras etapas de la fabricación antes de que se convierta en producto a granel.

Conciliación

Comparación, con un margen de tolerancia por las variaciones normales, entre la cantidad del producto o materiales teóricamente producidos o empleados, y la cantidad realmente producida o empleada.

Recuperación (o mezcla)

Introducción, en forma total o parcial, de lotes anteriores (o de solventes redestilados y productos similares), que tengan la calidad exigida, en otro lote en una etapa definida del proceso de fabricación.

Registro maestro

Documento o conjunto de documentos que sirven como base para la documentación del lote (registro de lote en blanco).

Registros de lotes

Todos los documentos relacionados con la fabricación de un lote de producto a granel o producto terminado. Estos documentos contienen una historia de cada lote del producto y las circunstancias pertinentes a la calidad del producto final.

Reprocesado

Reelaboración de todo o parte de un lote de producto de calidad inaceptable en una etapa definida de la producción, de tal forma que su calidad se eleve hasta ser aceptable, por medio de una o más operaciones adicionales.

Sistema

Patrón regulado de actividades y técnicas de acción recíproca, que se unen para formar un todo organizado.

Sistema de numeración de lotes

Procedimiento operativo estandarizado que describe los detalles de la numeración de lotes.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA