

# CONTENIDO

---

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	3
<b>EL AUTOR</b> .....	5
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	9
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	13
<b>1. PARTE I. FALSIFICACIÓN Y CONTRABANDO</b> .....	15
1.1. ¿Qué es falsificación y contrabando? .....	15
1.2. El contrabando y falsificación de medicamentos en el mundo .....	16
1.3. Los incidentes de falsificación .....	18
1.4. El impacto de la falsificación y contrabando .....	19
1.5. Los medicamentos más falsificados en el mundo .....	19
1.6. Contrabando y falsificación en la región: Perú .....	22
1.7. Contrabando y falsificación en la región: Colombia .....	22
<b>2. PARTE II. COMERCIO INFORMAL DE MEDICAMENTOS EN BOLIVIA</b> .....	25
2.1. La problemática en Bolivia .....	25
2.2. Medicamentos de contrabando en las ciudades .....	30
2.3. Evidencias fotográficas del comercio informal .....	35
2.4. Algunos casos emblemáticos en la industria: El caso VITA .....	37
2.5. Algunos casos emblemáticos en la industria: El caso BAGÓ .....	37
2.6. Algunos casos emblemáticos en la industria: El caso ESKE .....	37
<b>3. PARTE III. MERCADO, CONTRABANDO E IMPACTO</b> .....	39
3.1. El Mercado farmacéutico en Bolivia .....	39
3.2. La producción local .....	39
3.3. Las importaciones .....	41
3.4. Estimación del contrabando .....	45
3.5. Impacto en el PIB y en el empleo .....	46
<b>4. PARTE IV. PROBLEMÁTICA DEL CONTRABANDO Y FALSIFICACIÓN</b> .....	47
4.1. Efectos sobre productores e importadores .....	47
4.1.1. Afectación por contrabando y falsificación .....	47
4.1.2. La supervisión y/o regulación .....	48
4.1.3. La defensa del consumidor .....	54
4.1.4. La posición de los profesionales médicos .....	55
4.1.5. La Aduana Nacional y el contrabando de medicamentos .....	56
<b>5. PARTE V. LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR</b> .....	59
5.1. La percepción del consumidor .....	59
5.2. Caracterización del consumidor .....	60
5.3. El Consumo de medicamentos .....	62
5.4. Conocimiento del contrabando y/o falsificación .....	66

5.5. Capacidad de identificación del contrabando .....	67
5.6. Otras características del consumo .....	72
<b>6. PARTE VI PROPUESTAS .....</b>	<b>75</b>
6.1. Trazabilidad y hologramas .....	75
6.2. Fortalecimiento de la supervisión .....	75
6.3. Educación del consumidor .....	77
6.4. Utilizando la tecnología para conocer el medicamento .....	77
<b>7. PARTE VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>79</b>
7.1. Conclusiones .....	79
7.2. Recomendaciones .....	81
<b>ANEXOS .....</b>	<b>83</b>
Anexo 1. Encuesta a consumidores - Resultados por ciudad .....	83
Anexo 2. Encuesta a consumidores - Resultados por sexo del entrevistado .....	92
Anexo 3. Encuesta a consumidores - Resultados por nivel de ingreso del entrevistado .....	100
Anexo 4. Encuesta a consumidores - Resultados por nivel de educación del entrevistado .....	108
Anexo 5. Estadísticas Espejo .....	116
Anexo 6. Boleta de Encuesta .....	131
<b>Bibliografía .....</b>	<b>133</b>