



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**TESIS DE GRADO
Previo a la obtención del título de:
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA
ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E
INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE
NATURAL - MEDICINAL) Y SU APORTE
SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO
DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.**

**AUTORES
MARITZA PAOLA CEDEÑO SÁNCHEZ
RICHARD MARCELO VELIZ MENDOZA**

**DIRECTOR DE TESIS
ING. ENRIQUE CASTRO ZAMORA**

PORTOVIEJO-MANABÍ-ECUADOR

2008

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**TÍTULO: ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL
DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL - MEDICINAL) Y
SU APORTE SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO DE
EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.**

TESIS DE GRADO

**Sometida a consideración del Tribunal de Seguimiento y
Evaluación, legalizada por el Honorable Consejo
Directivo como requisito previo a la obtención del título
de:**

INGENIERO COMERCIAL

APROBADA POR:

**LCDA. MELISSA AGUAYO JOZA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**ECON. NILO CEDEÑO AGUAYO
DOC. ADMINISTRACIÓN**

**ING. JANETH MOREIRA DE VÉLEZ
MIEMBRO DE LA COMISIÓN**

CERTIFICACIÓN

ING. ENRIQUE CASTRO ZAMORA, certifica que la Tesis de Investigación titulada “**ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL - MEDICINAL) Y SU APORTE SOCIOECONÓMICO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006**”, es trabajo original de los egresados **MARITZA PAOLA CEDEÑO SÁNCHEZ** y **RICHARD MARCELO VELIZ MENDOZA**, el que ha sido realizado bajo mi dirección.

ING. ENRIQUE CASTRO ZAMORA
DIRECTOR DE TESIS

DERECHO DEL AUTOR

MARITZA PAOLA CEDEÑO SÁNCHEZ y **RICHARD MARCELO VELIZ MENDOZA**, declaramos que la presente Tesis es de total creación nuestra.

Este trabajo está protegido por las Leyes del Autor y otros Tratados Internacionales. La reproducción o distribución no autorizada de esta investigación o de cualquier parte del mismo, pueden dar lugar a responsabilidades civiles y penales que serán perseguidas por las autoridades competentes.

Su investigación y análisis, son de exclusividad de los autores.

Para constancia de su autoría, firman:

MARITZA CEDEÑO SÁNCHEZ
AUTOR

RICHARD VELIZ MENDOZA
AUTOR

AGRADECIMIENTO

Decir “Gracias” es un acto de gratitud y respeto, por esta razón los autores de la investigación dejan constancia de su imperecedera gratitud a las siguientes personas e instituciones:

A nuestra Institución Educativa Superior, como es la Universidad Técnica de Manabí, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, con su personal docente y administrativo.

A nuestro Director de Tesis, el Ing, Enrique Castro Zamora, por sus correcciones, sugerencias y orientación desde el inicio hasta la culminación de la presente investigación.

A los Miembros del Tribunal de Seguimiento y Evaluación, integrados por los profesionales Lcda. Melissa Aguayo Joza, Econ. Nilo Cedeño Aguayo e Ing. Janeth Moreira de Velez, por sus oportunas correcciones técnicas.

A todas las personas de una u otra forma contribuyeron a nuestro proceso y desarrollo.

LOS AUTORES

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis de Grado a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron en la realización de este trabajo. De manera especial a mi madre, quien con su presencia, esfuerzo logró incentivar me para poder cumplir y culminar con éxito otra etapa más de mi vida y así alcanzar un peldaño más en mi formación académica.

A mis catedráticos, que me transmitieron sus conocimientos a lo largo de toda mi carrera estudiantil.

A mi Padre, esa persona muy pero muy importante, aunque no se encuentra en esta tierra, se que nunca me abandona y que siempre ha estado a mi lado para iluminar todos mis pasos.

MARITZA CEDEÑO SÁNCHEZ

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico de manera muy especial a mi querido Padre, ya que fue él quien me apoyó de forma incondicional desde el inicio en mi carrera profesional, con sus sabios consejos, su apoyo económico y por sobre todo guiándome por el camino del bien, basados en los buenos principios que él me demostraba.

A mi madre, que también siempre conté con el cariño, su amor y comprensión, parte fundamental en mi etapa universitaria.

A mis hermanos, familiares y amigos de toda la vida.

RICHARD VELIZ MENDOZA

ÍNDICE

CONTENIDO	PAG
RESUMEN	1
SUMMARY	3
1. TEMA	5
1.2. Introducción	5
1.3. Antecedentes y justificación	7
1.4. Planteamiento del problema	10
1.5. Objetivos	13
1.5.1. Objetivo General	13
1.5.2. Objetivos Específicos	13
II. MARCO REFERENCIAL, TEÓRICO y CONCEPTUAL	14
2.1. MARCO REFERENCIAL	14
2.1.1. Importancia de los endulzantes naturales	14
2.1.2. Descripción botánica de la planta	15
2.1.3. Requerimiento para su cultivo	17
2.1.4. Presentación de la stevia	25
2.1.5. Importancia del endulzante natural-medicinal stevia como Rubro primario e industrializado en el país	26
2.2. MARCO TEÓRICO	31
2.2.1. Identificación de los diferentes tipos de presentación de la Stevia para su comercialización	31
2.2.2. Tipos de presentación comercial	34
2.2.3. Cuantificación de la superficie de siembra en el Ecuador	35
2.2.4. La siembra de stevia en Manabí.	37
2.2.5. Demanda del mercado externo	39
2.2.6. Competitividad y herramientas de mercadeo por sus propiedades Medicinales y cosméticas	41
2.2.7. Análisis de los sistemas de comercialización	43

2.2.8. Otros factores considerados en la comercialización de la stevia	51
2.2.9. La stevia y el sello verde	54
2.2.10. Repercusión social-económica en el sector exportador del país	56
2.2.11. Aportaciones al Producto Interno Bruto (PIP)	58
2.2.12. Ingreso de divisas al desarrollo social y económico del país	61
2.3. MARCO CONCEPTUAL	64
2.4. HIPÓTESIS	65
2.5. VARIABLES	65
III. DISEÑO METODOLÓGICO	68
IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	71
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
VI. PROPUESTA	101
VII. BIBLIOGRAFÍA	106

RESUMEN

En el país dado la demanda externa ha obligado a empresarios ecuatorianos a interesarse por cultivos no tradicionales y dentro de este contexto han incursionado en la stevia logrando excelentes resultados, alcanzando un volumen de exportación significativos como productos transformados dadas sus propiedades como endulzante natural. Como rubro primario e industrializado se ha llegado a comercializarse grandes volúmenes, y en los últimos años se ha convertido en la principal actividad comercial dentro de los rubros medicinales naturales de origen agrícola que moviliza importantes capitales, constituyendo así una alternativa muy interesante para la generación de recursos económicos en el País.

Dependiendo de su uso, se la mastica o en infusión la hojas con alto poder de endulzante. Mientras que ya transformado en los laboratorios existentes en el país, este se la comercializa bajo la presentación de jarabes (100cc), pastillas y capsula (Envases plástico o cartón de 30 unidades), cremas (Envases de vidrio de 60 gramos) y en polvo (Hermesetas). La comercialización nacional, se efectúa a nivel de finca., donde el productor vende las hojas cosechadas al comprador previo convenio o contrato, el mismo que se encarga de transportar a las empresas radicadas en la ciudad de Guayaquil y Quito para su exportación. Siendo la unidad de comercialización en sacos con capacidad de 110 libras, el cual depende del lugar donde se comercializa, y el precio de venta depende de la relación oferta/demanda al momento de la comercialización.

En Manabí, esta actividad se ha establecido mayormente en el cantón El Carmen, como consecuencia directa de la demanda creciente del mercado externo. Por su parte los cantones Pedernales, Pichincha, Flavio Alfaro y Chone tienen áreas de cultivo para su comercialización.

Este sector ocupa en sus variadas fases a personal calificado y no calificado, que involucran desde la siembra, controles (deshierbas, fertilización, podas, cosecha), transporte, procesamiento, secado y comercialización de las hojas, lo que representa para muchas familias una fuente de ingresos económicos. En lo referente al cultivo, comercialización y exportación de los derivados de la stevia industrializada se encuentra sectorizado en la zona tropical y subtropical en el país de acuerdo a lo investigado, lo que le ha permitido tener acceso al mercado nacional e internacional, lo que le ha creado un estatus diferente en los países consumidores.

SUMMARY

In the given country the external demand has forced Ecuadorian managers to be interested in non traditional cultivations and inside this context they have intruded in the stevia achieving excellent results, reaching a significant export volume as given transformed products its estates like natural endulzante. As primary and industrialized item you has ended up being marketed big volumes, and in the last years he/she has become the main commercial activity inside the natural medicinal items of agricultural origin that it mobilizes important capitals, constituting this way a very interesting alternative for the generation of economic resources in the Country.

Depending on their use, he/she chews it to him or in infusion the leaves with high endulzante power. While already become the existent laboratories in the country, this it markets it to him under the presentation of syrups (100cc), pills and capsule (you Pack plastic or cardboard of 30 units), you cremate (you Pack of glass of 60 grams) and powdered (Hermesetas). The national commercialization, is made at property level., where the producer sells the leaves harvested to the buyer previous agreement or contract, the same one that takes charge of transporting to the companies resided in the city of Guayaquil and I Remove for its export. Being the commercialization unit in sacks with capacity of 110 pounds, which depends on the locus in quo is marketed, and the sale price depends from the relationship oferta/demanda to the moment of the commercialization.

In Manabí, this activity has settled down mostly in the canton The Carmen, as direct consequence of the growing demand of the external market. On the other hand the cantons Flints, Pichincha, Flavio Alfaro and Chone have cultivation areas for their commercialization. This sector occupies in its varied phases to qualified and unqualified

personnel that you/they involve from the siembra, controls (deshierbas, fertilization, prunings, it harvests), transport, prosecution, drying and commercialization of the leaves, what represents for many families an economic source of income. Regarding the cultivation, commercialization and export of the derivates of the industrialized stevia is sectorizado in the tropical and sub-tropical area in the country according to that investigated, what has allowed him to have access to the domestic market and international, what has created him a different status in the countries consumers.

1. TEMA.
ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL-MEDICINAL) Y SU APOORTE SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.

1.2. INTRODUCCIÓN.

El crecimiento comercial e industrialización de la stevia (*Stevia rebaudiana Bertoni*), endulzante natural alternativo al azúcar artificial, es obtenida a partir de un arbusto originario de Paraguay y Brasil, el cual ha sido usado desde muy antiguo, como endulzante, por los indios guaraní y que en países como Japón, hoy en día, supone el 41 % de los endulzantes consumidos. Las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más. Tiene 0 calorías o sea es totalmente acalórico, ideal para los diabéticos ya que regula los niveles de glucosa en la sangre. En algunos países incluso se utiliza como tratamiento para mejorar la diabetes ya que parece regular los niveles de insulina. Muy aconsejable para perder peso ya que reduce la ansiedad por la comida y al regular la insulina el cuerpo almacena menos grasas. Disminuye también el deseo o apetencia por tomar dulces y grasas. Es un hipotensor suave (baja la presión arterial que esté demasiado alta), siendo comercializado y procesado en varias presentaciones (fundas de te, jarabes, pastillas y en hojas en su estado natural). Actualmente representa el 24% de vegetales industrializados, generando esta actividad 5.000 empleos directos e indirectos, con aprobación del INEN¹.

Estimaciones de las empresas dedicadas a esta actividad indican que en el país existen doce empresas que procesan este producto, específicamente sus hojas, las cuales son procesadas en varias presentaciones, reportando un auge significativo en las ventas, generando utilidades significativas contribuyendo al desarrollo socio económico del país, debido a que la demanda ha superado a la oferta y

1. www.librosenred.com/ladiabetesysucontrolconstevia.asp

es muy adquirido en farmacias y supermercados, por lo que se estima un volumen de ventas estimado en 50 TM, lo que ha generado en el año 2006 ventas por USD 17.50 millones de dólares².

Acorde a lo manifestado, esta investigación tiene como propósito, mediante un análisis deductivo e inductivo y con la aplicación de una metodología retrospectiva y prospectiva; dentro de los objetivos de la presente investigación se estableció, determinar la importancia comercial de este endulzante natural-medicinal como rubro primario e industrializado, así como la identificación de los sistemas de mercadeo, comercialización y venta dependiendo de la presentación de este endulzante natural conocido como stevia, determinando su rentabilidad, técnicas de comercialización que se emplean en este tipo de actividad, la contribución socio económica de esta actividad comercial no tradicional al país y el aporte al PIB y proponer recomendaciones que permitan identificar su presentación, marca y calidad, siendo esta una de las razones que nos han llevado a impulsar este trabajo de investigación.

La investigación fue explicativa, por cuanto se analizaron las operaciones comerciales acorde a su presentación y marca; también se aplicó el estudio descriptivo, porque se identificaron los tipos de ventas, presentación de este endulzante que tiene mucha acogida dada sus propiedades medicinales.

Acorde a lo expresado la investigación no presentó dificultades, ya que existieron muchas ventanas de comercialización establecidas. Más bien se pretendió demostrar las interesantes ventajas que se da por esta actividad y augura un gran futuro dentro de la canasta de rubros exportables en el país.

2. <http://www.steviaparaguaya.com.py/documento-final1.pdf>

1.3. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.

1.3.1. Antecedentes.

Considerando las tendencias del mercado nacional, este producto procedente de Paraguay y Brasil se lo comercializa en todo el país, lo que hace rentable, existiendo varias empresas que se encargan de realizar los respectivos contratos previos a su comercialización, con el objetivo básico de que los proveedores tengan su comercio asegurado. Además se hace importante enfocar las investigaciones hacia nuevos tipos de rubros de importancia económica y que por la falta de información desconocemos este tipo de actividad que una vez investigada es importante difundirla dejando a un lado lo tradicional, ya que el papel de la Universidad Técnica de Manabí es la de aportar con investigaciones las diversas actividades comerciales no tradicionales que se dan en el país.

La Stevia es un pequeño arbusto, es un endulzante natural alternativo al azúcar, no tiene calorías y tiene efectos beneficiosos en la absorción de la grasa y la presión arterial. Contiene carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales. No se reportan efectos secundarios de ninguna clase, como efectos mutagénicos u otros efectos que dañen la salud. 1 taza de azúcar equivale a 1 ½ a 2 cucharadas de la hierba fresca o ¼ de cucharadita del polvo de extracto.

Estudios anotan su actividad antibiótica, especialmente contra las bacterias E.Coli, Stafilococos aureus, y Corynebacterium difteriae así como también contra el hongo Cándida Albicans productor frecuente de vaginitis en la mujer. El sabor dulce de la planta se debe a un glucósido llamado esteviosida, compuesto de glucosa, y rebaudiosida. En su forma natural es 15 veces más dulce que el azúcar de mesa (sucrosa). Y el extracto es de 100 a 300 veces más dulce que el azúcar³.

3. www.cooprodestevia.blogspot.com

La aparición comercial de la stevia y sus bondades medicinales en el país es nueva por el año 2000, el cual fue traído por personas del exterior en varias presentaciones y las cuales solo eran adquiridas por un selecto número de personas por sus precios altos. Sin embargo con la introducción, siembra y excelente adaptación a nuestro medio las áreas de cultivo se expandieron pudiendo ser adquirido por la mayoría de la población según el alcance económico, y en la actualidad se lo expende en forma natural (hojas) y procesadas (fundas, pastillas y jarabes), e incluso el concentrado de hoja de stevia en base líquida acuosa es muy útil como cosmético. Cuando se aplica como una mascarilla facial produce un estiramiento y una suavidad efectiva de la piel, tensa las arrugas y ayuda en la cura de varios problemas de la piel, entre ellos el acné, la seborrea, la dermatitis y el eczema, razones que han permitido que este tipo de actividad se ha incrementado notoriamente en el país, fomentando las exportaciones y su desarrollo comercial.

1.3.2. Justificación.

En el Ecuador, existe gran interés por diversificar las exportaciones con nuevos productos, por este motivo la presente investigación permitirá conocer las diferentes fases que encierran la comercialización e industrialización de la stevia en sus diferentes presentaciones como rubro no tradicional, siendo muy popular. Se conoce que el extracto en polvo se exporta a Estados Unidos y se emplea para mezclarlo con azúcar para los productos Valdez Light y Morena Light de la Compañía Azucarera Valdez.

Al descubrir las potencialidades, el Grupo Nobis y agricultores medianos han mostrado un fuerte dinamismo en los últimos años, constituyéndose como un producto bandera de los que se están comercializando en el país. La información del III Censo Agropecuario¹ muestra que existen superficies de siembra de este endulzante natural, equivalentes a 235 hectáreas, alcanzando una

producción total de 50 TM, con un rendimiento promedio de 1.500 kg de hojas por hectárea⁴.

El fomento de nuevas actividades comerciales tiene gran importancia para la economía nacional, ya que son la fuente fundamental de ingreso de divisas y están destinadas al propio aparato productivo ligado con la balanza comercial del país y por ende al desarrollo de fuentes de empleo. Ante esta situación el acceso al mercado internacional y nacional es creciente, debido a que la oferta existente no abastece a los demandantes sean estos internos y externos.

1.3.2.1. Interés personal.

El interés por realizar esta investigación, es un antecedente alentador, para que se establezcan estudios de diversos productos primarios e industrializados provenientes de la stevia que es muy conocida por sus propiedades medicinales y cosmetológicas por lo que es importante establecer su demanda comercial, acorde a su marca y presentación.

1.3.2.2. Relevancia científica.

Esta investigación se la realizó con la ayuda de los involucrados directos en esta actividad comercial e industrial es decir, distribuidores, consumidores y se contó con la ayuda bibliográfica e Internet, ya que es sector que se lo puede considerar como una herramienta social de crecimiento socio económico para el país

1.3.2.3. Relevancia contemporánea.

Fue significativa, ya que se pudo conocer la importancia que se le ha dado a la stevia por parte del mercado nacional, por su contenido medicinal y en el ámbito cosmetológico como producto primario e industrializado y a la vez se propusieron recomendaciones que permitieron conocer más acerca de esta actividad comercial, que en la

4. CORPEI (Corporación de Promoción de exportación e inversiones). La clave del Comercio Electrónico - Video Worl DDV Digital®. Quito, Ecuador. 2005.

actualidad por la tendencia de las personas a lo natural, se han vuelto consumidores de este producto en sus variadas formas.

1.3.2.4.Relevancia humana.

Esta investigación permitió identificar el volumen de ventas, zonas de producción, técnicas de comercialización acorde a su presentación que se obtuvo en el período 2002-2006 y se determinó si este producto de gran acogida comercial refleja una real participación socio económica de estas empresas e inversionistas dedicados a esta actividad.

1.3.2.5.Beneficiarios.

Serán beneficiarios y fuente de consulta de esta investigación los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí, así los involucrados en la producción, industrialización, comercialización y consumidores de este endulzante natural-medicinal y cosmetológico denominado stevia o hierba dulce en sus variadas marcas y presentaciones.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

De acuerdo a lo expresado, el objetivo primordial de esta investigación se centró en presentar opciones, alternativas y técnicas de comercialización de productos nuevos de gran aceptación por parte de la agro-industria, usuarios y que en la actualidad aportan al desarrollo socio económico del país, beneficiando a empresas dedicadas a la comercialización de este endulzante natural “stevia”, que han superado las expectativas con un alto nivel de rentabilidad debido a su consumo, beneficiando a la sociedad y al erario nacional al incrementar el Producto Interno Bruto.

1.4.1. Descripción.

La *Stevia Rebaudiana Bertoni*, es la planta más dulce del mundo, es un endulzante natural sin calorías, es mucho más que un edulcorante, ya que posee importantes propiedades terapéuticas para la salud y es apto

para diabéticos. Con él puede sustituir los endulzantes calóricos y los edulcorantes químicos. Se puede usarla en bebidas tanto como en comidas. Muchos prefieren usar la conveniencia de un extracto concentrado en forma líquida. Se puede usar para endulzar bebidas, te, mate, leche, café, o para cocinar, endulzado compotas, tortas, mermeladas, helados, panes, etc. Otro uso interesante es en los cosméticos. Los nativos lo usan para la piel, por su alto poder cicatrizante, y en el cabello⁵.

El mercado de la stevia principalmente se puede dividir en tres grupos: el de la industria alimenticia y el de bebidas, principalmente como edulcorante y saborizante. El mercado de la salud ocupa el segundo lugar en orden de importancia. En el tercero, están los subproductos constituidos por los restos de la planta una vez que las hojas hayan sido seleccionadas para la industria extractiva.

El 70 por ciento del total de la producción mundial de este endulzante utiliza para extraer cristales llamados “*Esteviósidos*” y “*Rebaudósidos-A*”, mientras que el 30% restante es destinado a usos herbarios.

El objetivo primordial de esta investigación, fue presentar opciones comerciales, permitiendo que las empresas y personas involucradas en esta actividad tengan la relevancia que necesita, ya que por efecto de la dolarización se han establecido productos no tradicionales de gran valor comercial poco conocidos y que en la actualidad ha repercutido en el sector privado por su poca oferta y gran demanda, superando las expectativas comerciales beneficiando al desarrollo socio económico del país, al contribuir con nuevas plazas de empleo y fomentar las exportaciones.

5. <http://www.herbotecnia.com.ar/aut-stevia.html>

1.4.2. Análisis.

La stevia se ha convertido en un producto de importancia en la canasta comercial de rubros no tradicionales en el país, por sus bondades, medicinales y cosmetológicas, de gran aceptación y esto da garantía suficiente para que se puedan dar mejores y adecuadas tendencias con fines comerciales y agro-industriales. Es así que en la actualidad se está dando mucha importancia a rubros con características similares. Por lo pronto, la producción de la stevia, se la cultiva con fines comerciales y exportables en Cerecita (Guayas), Guayllabamba (Pichincha), San Vicente de Paúl (Carchi) y en el Oriente. También hay proyectos iniciales en Santo Domingo, Bahía, San Vicente, Santa Elena y Chongón-Colonche e incluso la Compañía Agrícola e Industrial Stevia S.A., Agrostevia, por las bondades y difusión mundial, la planta tiene un gran futuro en cuanto a su uso.

Por tanto se consideró imprescindible realizar un estudio de la estructura de este sector, tanto desde su perspectiva económica y social, como desde sus implicaciones medicinales, curativas y cosmetológica en sus variadas presentaciones y marca en el Ecuador⁶.

1.4.3. Delimitación del Problema.

1.4.3.1. Delimitación Espacial.

Esta investigación se la realizó en el sector empresarial, distribuidor y comercial y exportador de la stevia en sus variadas presentaciones en el país y para ello tuvo información proporcionada por la CORPEI (Corporación de Promoción de exportación e inversiones), MICIP (Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca), FEDEXPOR (Federación de exportadores) y la CFN (Corporación Financiera Nacional).

6. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Anuarios. Quito, Ecuador. 2006.

1.4.3.2.Delimitación Temporal.

El tiempo establecido para la realización de la investigación comprendió el período 2002-2006. El mismo que se ejecutó en siete meses, que rigieron desde que la Comisión de Investigación de la Escuela de “Administración de Empresas” aprobó éste proyecto.

1.4.3.3.Formulación del Problema.

El problema formulado se lo estableció de acuerdo a la siguiente interrogante:

¿Cómo incide la actividad comercial e industrial de la stevia (endulzante natural-medicinal) en el desarrollo socio económico del país como producto de exportación?

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo General.

Analizar la actividad comercial e industrial de la Stevia (endulzante natural-medicinal) y su aporte socio económico como producto de exportación. Período 2002-2006.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Determinar la importancia del endulzante natural-medicinal stevia como rubro primario e industrializado en el país.
- Evaluar, cuantificar e identificar los diferentes tipos de presentación de la stevia para su comercialización.
- Establecer las técnicas empleadas en la comercialización nacional del endulzante natural stevia en sus diferentes fases.
- Determinar la contribución socio económica de esta actividad comercial no tradicional al país y el aporte el PIB.
- Proponer alternativas de desarrollo empresarial, que permitan una adecuada comercialización de la stevia en sus variadas presentaciones en el mercado nacional e internacional.

II. MARCO REFERENCIAL, TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. MARCO REFERENCIAL.

2.1.1. Importancia de los endulzantes naturales.

El aumento en los últimos años de los casos de obesidad y sobrepeso en el país y sus consecuencias para la salud (diabetes, enfermedades cardiovasculares, etc.) ha incrementado la búsqueda de alternativas sanas de alimentación. El azúcar (sacarosa) derivada de la caña de azúcar es rico en calorías, siendo la principal causa de obesidad, ya que se utiliza ampliamente para endulzar bebidas, postres y en la elaboración de caramelos y confitería. Su sabor tan encantador hace del dulce un elemento difícil de eliminar de la dieta, por lo que la búsqueda de alternativas de edulcorantes sin calorías ha hecho que las investigaciones en los últimos años hayan crecido. Ante el rechazo de los edulcorantes químicos, los investigadores se han enfocado en la búsqueda de edulcorantes naturales no calóricos como alternativas saludables.

Dentro de este concepto en la actualidad en el mundo existen una gran mayoría de las enfermedades originarias de la ingestión de alimentos entre los cuales el azúcar es un componente químico, se utiliza en la actualidad la Stevia, que es una planta originaria de la flora sudamericana que se criaba espontáneamente en el hábitat semiárido de las laderas montañosas de Paraguay, que es una planta increíblemente dulce. El edulcorante (estevisido), que se extrae de ella es aproximadamente 300 veces más dulce que el azúcar, las hojas tiernas tienen un agradable sabor y se puede usar para reemplazar el azúcar refinado. En efecto, las hojas contienen glucósidos de sabor dulce pero que no son metabolizables y tampoco contienen calorías. La mayor parte de los glucósidos consisten en moléculas de estevisido. Las

hojas secas son entre 20 y 35 veces más dulces que el azúcar. Muchos de los usos de stevia son conocidos, como: edulcorante de mesa, en bebidas, en pastelería, en dulces, en confituras, en mermeladas, en yogures, en chicles, etc. Etc⁷.



La stevia en su estado natural

La stevia natural, sin refinar, contiene más de 100 elementos y aceites volátiles identificados. Eso ya lo aprovecharon desde los tiempos precolombinos los indios guaraníes, los cuales la usaban para endulzar sus bebidas o simplemente. Esta hierba, usada desde hace mucho tiempo por los indios guaraníes, es conocida también como Hierba Dulce, Ka-á he-é o Caá-jhe-é, y ofrece una gran cantidad de beneficios para nuestra salud. El Nombre científico: *Stevia rebaudiana Bertoni*, perteneciente a la familia: Compuestas (Asteráceas).

2.1.2. Descripción botánica de la planta.

Hierba vivaz de 40 hasta 80 cm de altura, tallo anual sub leñoso de color parduzco, sin ramificaciones durante el primer año, abundantes ramificaciones a partir del segundo, raíz pivotante poco profunda; hojas cortamente pecioladas, casi sésiles, ovales o lanceoladas, bordes aserrados, tomentosas, las distales agrupadas en número de tres o cuatro, color verde intenso en el envés y verde azulado y lustroso en el haz; flores hermafroditas, pequeñas, corola de color blanco, distribuidas en panículas terminales. Su fruto es, aquenio.

7. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Anuarios. Quito, Ecuador. 2006.

Hábitat.

Oriunda de Paraguay, naturalizada en Brasil y Argentina (Misiones), en donde se encuentran abundantes ecotipos. Se la cultiva en Japón, China, Corea, Taiwán, Tailandia, Indonesia y Filipinas. En América es cultivada principalmente en Paraguay y Brasil, también en Ecuador, Colombia, Perú, Costa Rica, Brasil y Argentina. La industrialización y consumo es liderada por Japón; la industrialización también es realizada en Surcorea, China y Brasil⁸.



Variedades de stevia

8. columnasaludable@gmail.com

Parte utilizada.

Hojas, de las cuales se extraen distintos componentes de propiedades edulcorantes, siendo los más importantes el steviósido y el rebaudiósido A, que en plantas no mejoradas alcanzan entre un 6 a 8% y 2 a 3% respectivamente. El contenido y la proporción de componentes activos es variable según la variedad, fase de desarrollo, estado de crecimiento, etc. El steviosida está incluido en el Código Alimentario de la FAO en el artículo 1398.64.3.

2.1.3. Requerimientos para su cultivo⁹.

Clima.

Crece espontánea en áreas con clima subtropical, sub-húmedo, con precipitaciones entre 1.200 y 1.800 mm distribuidas durante todo el año y temperaturas promedios superiores a 20° C. Es muy poco resistente a la falta de agua. La temperatura apropiada para su cultivo es entre 15 y 30° C, sin riesgo de heladas posteriores al momento de brotación. La temperatura mínima para la germinación es 20° C.

Suelo.

Se la encuentra espontánea en diferentes tipos de suelos: de fertilidad escasa, ácidos, desde arenosos a humíferos y con alta humedad. Crece muy bien en suelos arenosos humíferos con un pH de 6,5 a 7,5, no salinos. Si bien crece en suelos arcillosos, éstos deben ser de buen drenaje; no son convenientes los suelos con excesos de humedad ni los de alto contenido de materia orgánica, principalmente por problemas fúngicos.

9. Cramona, Sofía (2001), "Efectos de Diferentes tipos de prácticas de manejo y comercialización de la Stevia Rebaudiana Bertoni (Kaá-heé o yerba, tesis de postgrado, Facultad de Agronomía de la Universidad Estatal de Guayaquil. Ecuador.

Cultivo.

Por ser una especie de polinización cruzada (auto incompatible) se produce una gran variabilidad tanto en aspectos morfológicos como en el contenido de steviosida en las plantas hijas, pero es un método válido en producciones pequeñas. El poder germinativo de la semilla es generalmente bajo, rondando entre el 10 y 40% al ser cosechada, siendo su longevidad no mayor a los 8 meses. La conservación debe realizarse en condiciones de baja humedad y temperatura, en oscuridad y preferentemente en envases herméticos. Para retirar semillas se deben elegir plantas vigorosas, seleccionadas por su producción y comportamiento agronómico. Es conveniente iniciar el cultivo en vivero y producir plantones, esto facilita el riego y desmalezado, así como otros cuidados que fueren necesarios. Posteriormente los plantones serán llevados al terreno definitivo, generalmente durante el otoño. Algunas prácticas recomendadas son el sembrado bajo cubierta y el riego frecuente.

Retoños y matas.

Se pueden separar hijuelos durante la época seca temprana. Estos pueden ser llevados al terreno definitivo directamente. El número de hijuelos por planta es poco numeroso, por lo que es hace útil para cultivos de pequeñas superficies y la selección y multiplicación de plantas madres. Conviene hacer una selección y clasificación de los hijuelos, descartando enfermos, defectuosos y muy pequeños.

Estacas.

Este método es útil para cultivos de escala comercial. De plantas adultas se separan estacas de tallos que contengan al menos 2 ó 3 nudos, que se hacen enraizar en vivero durante el otoño e invierno distanciadas unos 10-15 cm entre sí, una vez enraizadas y durante la primavera temprana se las llevará al terreno definitivo.

Micro propagación.

La obtención de plantones por este método es el más conveniente para la obtención de clones de alta producción.

Plantación.

En la elección del terreno de cultivo deberán tenerse en cuenta ciertos aspectos, como: lotes que no sean de excesiva fertilidad. Elevado contenido de materia orgánica en el suelo determina, principalmente, que las plantas se vayan en vicio y problemas de enfermedades. Suelos con buen drenaje. La cama de siembra y plantación deberá ser realizada en forma esmerada, en el primer caso pues se trata de semillas de tamaño muy pequeño y en el segundo porque sus raíces exploran no más allá de los 15 cm de profundidad.

La plantación definitiva podrá ser realizada ubicando los plantones entre 0,60 a 0,85 m entre líneas y 0,16 a 0,25 m entre plantas de la línea. De todos modos, se estimará una densidad de plantación de entre 55.000 y 85.000 plantas/ha, ya que las distancias del cultivo convendrá adecuarlas, en cierta medida, a la maquinaria disponible en cada establecimiento. Los momentos más adecuados para realizar la plantación es durante la mañana temprana y el atardecer, cuando las temperaturas no son tan elevadas, también son convenientes los días nublados y húmedos. Días posteriores a una lluvia son ideales o, en caso contrario, deberá realizarse un riego previo a la plantación, asimismo, con posterioridad a la plantación deberá hacerse otro.

Cuidados culturales

Los principales cuidados consisten en el mantenimiento de un cultivo limpio por medio de métodos químicos, y mecánicos y manuales, principalmente. Los herbicidas más comúnmente utilizados son trifluralina en pre-plantación; linurón y algún graminicida posteriormente, dependiendo de las malezas presentes y del grado de infestación; ello se complementa con carpidas mecánicas entre líneas y

manuales entre plantas. Durante el invierno, podrá efectuarse un corte para uniformar la altura del cultivo y favorecer una brotación uniforme.

Cosecha.

La primera cosecha se realiza hacia el final de la primavera y la segunda en otoño temprano. Bajo condiciones de clima adecuado pueden llegar a realizarse tres cortes al año. Luego del corte se seca y enfarda para su envío a la planta de extracción. El corte de primavera y otoño producirán rindes más altos, pero en promedio se estima que se lograrán unos 2.500 a 3.500 kg/ha./año de hoja desecada. Los rendimientos son crecientes durante los primeros tres años de cultivo, recudiéndose a partir del cuarto, momento en el cual se estima conveniente cambiarlo de potrero.

El rendimiento en steviosida de la materia seca obtenida es variable, dependiendo tanto de factores genéticos como ambientales, incluyendo en esto último tanto las condiciones de clima y suelo, las circunstancias meteorológicas durante la estación de crecimiento y el manejo del cultivo. Así se pueden encontrar en la bibliografía rendimientos de un 7% hasta un 20%. Actualmente, el kilo de hoja desecada de buena calidad está recibiendo un precio promedio de USD 2,00.

Post-cosecha.

Se realiza en las plantas que ya estén en terreno definitivo. Esta labor se ejecuta con únicamente con tijeras. El corte se efectúa a una altura de 7-10 cms del suelo. Se acomodan en canastas de paja, plástico o mantas y luego son llevadas al galpón de secado. La cosecha de hojas frescas en los climas tropicales y subtropicales de Ecuador, Perú, Colombia y otros, que cuenten con las condiciones indicadas anteriormente, se puede realizar cada dos meses. Por lo que es posible efectuar hasta seis cortes por año y alcanzar hasta 7.00 TM/ha/año de hoja seca. En otros países como Paraguay y Brasil se efectúan 3 ó 4 cortes por ha/año, siendo los rendimientos mucho menores.(3 TM /ha/año)

El Galpón de Secado.

Debe construirse con palos de madera, con techo a dos aguas y deberá tener como mínimo 2.5 mts en la parte más baja y 3.0 mts en la parte alta. Si se cuenta con un secador industrial que seque a máximo 60°C es ideal. El ancho del galpón será de 6.0 metros. El largo estará en relación al tamaño de la plantación que queremos establecer. El techo será de 2 aguas y podrá ser de calamina (mejor), madera, hojas de palmeras, etc. El techo tendrá un volado mínimo de 1.00 mts. Es necesario construir un sistema de drenaje alrededor para desaguar el exceso de lluvia, alrededor del galpón que no permita el ingreso de agua al interior. Las acequias deberán coincidir con la caída del volado del techo. Las paredes deberán estar totalmente forradas con malla galvanizada tipo gallinero o malla raschel negra 35%, de tal forma que permita el ingreso del aire, más no de animales. En el interior del galpón, se instalarán las barbacoas, de alambre galvanizado tipo gallinero con un ancho máximo de 0.90 m. La altura entre barbacoas será de 0.40 m. Sin embargo se deberán llenar con ramas frescas solo hasta la mitad.

Las ramas frescas recién cosechadas deberán recogerse en canastas plásticas, de paja o mantas de arpillera sin presionarse ni agitarse. Nunca ensacar. Dependiendo de la temperatura y humedad ambiental, las ramas se secan en promedio en 05 días a una temperatura promedio de 23°C. También se recomienda utilizar hornos comerciales de secado de café y otros productos. En este caso se recomienda que el manipuleo de las ramas deba efectuarse con cuidado sin prensarse o ensacarse para evitar roturas de las hojas que incidirán en la calidad del producto final. Mediante el secado con hornos se consiguen las mejores calidades de hoja seca con menor contaminación y en un corto tiempo, tiene como desventaja el mayor costo de secado y hay que controlar la temperatura ya que esta no debe sobrepasar los 60°C. Luego del secado, las ramas se sacuden separándose las hojas de los tallos.

Industrialización.

Los tallos de la stevia, no se deben descartar. Se recomienda, cuando estén bien secos, cortarlos en trozos de 1 a 2 pulgadas y ensacarlos., almacenándolos en lugar seco y protegido de lluvia, animales y del sol. Estos tallos contienen un alto porcentaje de antioxidantes y son requeridos por la industria japonesa y alcanza precios en el mercado internacional de hasta \$ 700 dólares la TM. También se pueden utilizar como fuente de materia orgánica, incorporándose al terreno, como fuente de fibra para la alimentación animal y como cobertor para la misma plantación de stevia.



Las hojas de stevia pueden:

Envasarse en bolsas plásticas transparentes.

El envasado de las hojas secas seleccionadas e irradiadas de stevia, debe realizarse en un ambiente totalmente limpio, el personal deberá utilizar máscaras, gorros, guantes y uniforme blanco. El envasado se efectuará sobre mesas, en envases de propileno ,grado alimenticio y el peso estará de acuerdo a los pedidos (10,20,50 grs, etc)., se utilizará para el caso una balanza digital y se sellarán con máquina selladora eléctrica manual.

Envasarse como té o mate filtrante.

Las hojas secas deben ser molidas con molino de cuchilla y luego de martillos a mesh 20 y luego se irradian y se llevan a una máquina sachetetera que efectúa el resto del Servicio. Los sachets filtrantes se envasan en cajitas impresas y troqueladas de cartón de 20 ó 25 unidades.

Molerse y convertirla hoja micropulverizada (azúcar de estevia).

Las hojas bien secas se muelen en un molino hasta alcanzar mesh 80 ó más, según requerimiento,, luego se irradian y se envasan en bolsas de papel o plástico, constituyéndose en un insumo para la industria.

Preparación de extractos concentrados de stevia.

Los extractos se obtienen macerándose en agua en la proporción de 1 a 6, es decir 1kgr de hojas por 6 litros de agua, por espacio de 2 días; luego se filtra, se prensa y al residuo seco se le añade 2 litros de agua, se hierve por 20' y se macera por 2 días más. Al final se juntan los 02 líquidos resultantes, se filtra y se evapora a baja temperatura el líquido, hasta obtenerse 1 litro de extracto concentrado de stevia de color oscuro muy dulce que contiene aproximadamente 10% de estevósido. Se puede ir evaporando y concentrando este producto para alcanzar mayores concentraciones. El residuo seco sirve como fertilizante, combustible, alimento para animales.



2.1.4. Propiedades de la stevia.

Es un endulzante natural alternativo al azúcar y a los artificiales obtenido a partir de un arbusto originario de Paraguay y Brasil. Ha sido usado desde muy antiguo, como endulzante, por los indios guaraníes y que en países como Japón, hoy en día, supone el 41 % de los endulzantes consumidos. Las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más¹⁰.

Entre las propiedades de la stevia se consideran:

- Tiene 0 calorías o sea es totalmente acalórico.
- Ideal para los diabéticos ya que regula los niveles de glucosa en la sangre. En algunos países incluso se utiliza como tratamiento para mejorar la diabetes ya que parece regular los niveles de insulina.
- Muy aconsejable para perder peso ya que reduce la ansiedad por la comida (tomar de 10 a 15 gotitas 20 minutos antes de las comidas) y al regular la insulina el cuerpo almacena menos grasas.
- Disminuye también el deseo o apetencia por tomar dulces y grasas.
- Realza el aroma de las infusiones o alimentos donde se añade.
- Retarda la aparición de la placa de caries (por eso se usa también para hacer enjuagues bucales y como componente de la pasta de dientes). Se pueden añadir una gotitas a las pasta de diente.
- Es un hipotensor suave (baja la presión arterial que esté demasiado alta).
- Es suavemente diurético.
- Mejora las funciones gastrointestinales.
- Puede ayudar en la desintoxicación del tabaco y del alcohol, ya que el té de stevia reduce el deseo hacia estos dos tóxicos. Previene e inhibe la reproducción de bacterias y organismos infecciosos. Mejora la resistencia frente a resfriados y gripes.

10. www.cooprodestevia.blogspot.com

2.1.5. Presentación de la stevia

En hojas: se usan como té (en bolsitas) o se mezclan con otras hierbas como endulzante. En algunos países se vende en polvo o en bolsitas como el té. Así, endulza 30 veces más que el azúcar.

Solución acuosa concentrada de stevia: aquí tenemos una forma muy práctica de tomarla ya que con 2 gotitas en la infusión endulza hay más que suficiente. Endulza, en esta concentración, 70 veces más que el azúcar.

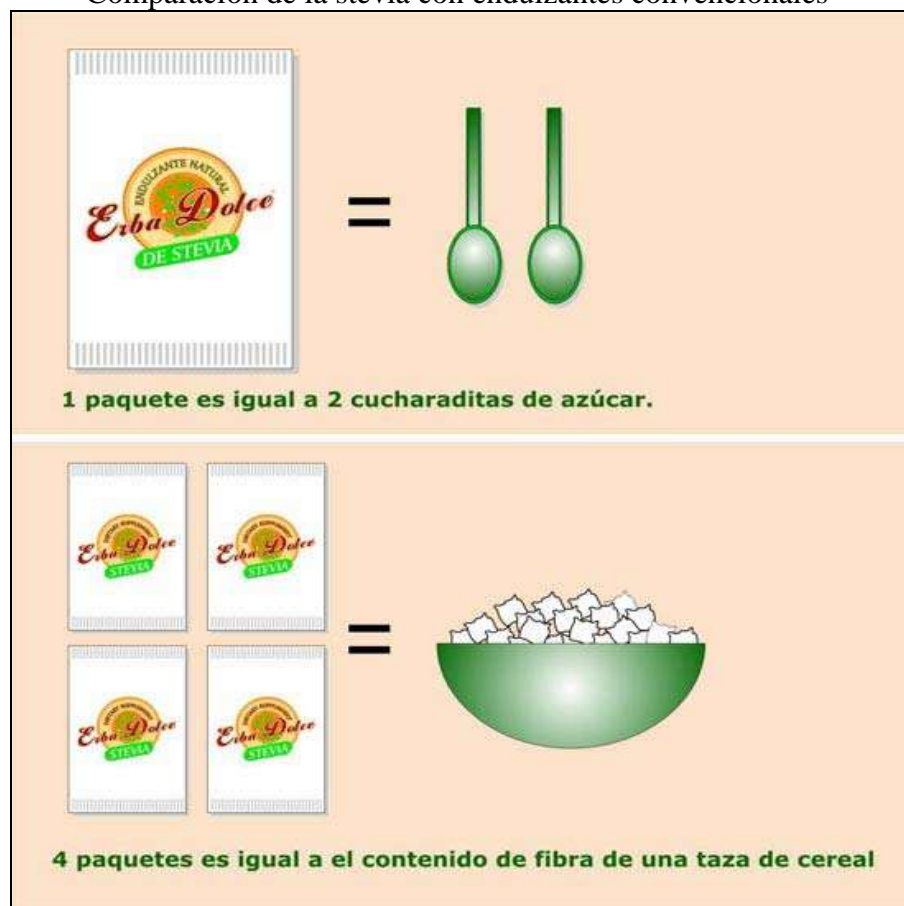
Concentrado de Esteviósido: aquí sólo tomaremos este principio activo aislado de la planta que aumenta su capacidad de endulzar (200 veces más que el azúcar) pero que nos priva del resto de propiedades medicinales de la stevia. Suele venir presentado en forma de polvo blanco.



Presentaciones comercial de la stevia

Las hojas secas de stevia contienen aproximadamente un 42% de sustancias hidrosolubles (por eso endulza más mezclada con líquidos). El principio activo más importante es el Esteviósido. Además contiene proteínas, fibra, hierro, fósforo, calcio, potasio, zinc, rutina, vitamina A. El concentrado de hoja de stevia en base líquida acuosa es muy útil como cosmético.

Comparación de la stevia con endulzantes convencionales



Cuando se aplica como una mascarilla facial produce un estiramiento y una suavidad efectiva de la piel, tensa las arrugas y ayuda en la cura de varios problemas de la piel, entre ellos el acné, la seborrea, la dermatitis y el eczema. A nivel internacional, la ingesta diaria aceptable ha sido fijada en 15 mg por kilogramo de peso corporal (JECFA). A nivel europeo (SCF), la ingesta diaria aceptable es de 9 mg por kilogramo de peso corporal.

2.1.6. Importancia del endulzante natural-medicinal stevia como rubro primario e industrializado en el país.

Se perfila como la competencia directa del azúcar. La stevia es una planta, cuyas hojas producen un endulzante natural. La ventaja es que no tiene calorías, regula los niveles de glucosa en la sangre, reduce la ansiedad por la comida, realza el aroma de las infusiones y alimentos

donde se añade. En el país el consumo de las hojas de stevia no es muy popular. Se conoce que el extracto en polvo se importa de China y se emplea para mezclarlo con azúcar para los productos Valdez Light y Morena Light de la Compañía Azucarera Valdez. Al descubrir las potencialidades, el Grupo Nobis y agricultores medianos apuestan por la siembra y cosecha del producto. El fin es construir plantas procesadoras y evitar la importación.

Por lo pronto, la producción de la stevia es incipiente. Hay cultivos en Cerecita (Guayas), Guayllabamba (Pichincha), San Vicente de Paúl (Carchi) y en el Oriente. También hay proyectos iniciales en Santo Domingo, Bahía, San Vicente, Santa Elena y Chongón-Colonche. Para Xavier Villegas, gerente de la Compañía Agrícola e Industrial Stevia S.A., Agrostevia, por las bondades y la poca difusión mundial, la planta tiene un gran futuro en cuanto a su uso.



El producto se puede emplear para endulzar café, té, chocolate, jugos y coladas. También en repostería, mermeladas, jugos, confitería, gelatinas, granolas y galletas. Además, puede usarse para producir gomas de mascar, bebidas gaseosas e hidratantes.

Por las potencialidades, Nobis inició una plantación de prueba en Cerecita, vía a la Costa en el lugar llamado La Mina. Ahí hay un cultivo de tres cuartos de hectárea, desde hace dos años. En el primer año se realizaron cinco cosechas. La producción actual es 1 500 kilos de hojas secas. Parte del proceso es cosechar las plantas manualmente durante el día. A media mañana, las hojas se exponen al sol para que se sequen. Luego se almacenan. “Toda la producción se acopia y se mantiene fresca”, comenta Johny Tomalá, uno de los agricultores.

La stevia está aprobada para consumirse en Japón y China. En EE.UU. se comercializa como suplemento nutricional. Solo en Japón utiliza esta especie desde hace más de 40 años. Su consumo llega al 60 por ciento de la población. Países como Egipto, Gran Bretaña, Arabia Saudita e Israel desarrollan productos y adoptan la cultura del endulzante, no solo en alimenticios sino en la industria cosmética. En el mercado de los endulzantes representa miles de millones de dólares, dice Villegas, de los cuales una gran parte pertenece al azúcar y otra a los productos artificiales.



Franklin Pérez, promotor del proyecto de stevia en Carchi y Pichincha, explica que la posición geográfica del país beneficia al cultivo. “En la Costa se pueden realizar hasta siete cortes al año. En la Sierra, cuatro o cinco”. Esto se debe a que la planta florece más rápido por la humedad. Pérez tiene cuatro hectáreas. En el primer año cosechó 9 000 kilos de hojas secas por hectárea. En el segundo año prevén tener 10 000 kilos. En estas plantaciones invirtió 20.000 dólares por hectárea, incluido el riego.

En el mercado, el kilo de hojas secas cuesta cuatro dólares. Los principales productores son China y Paraguay; la planta es originaria de este último país. En Sudamérica se procesa en Brasil, Paraguay, Colombia y Argentina. En el país hay presentaciones desde la hoja en su estado natural, en funditas artesanales y endulzantes líquidos o en polvo. La planta crece en ambientes semiáridos a varias alturas. Los cultivos son más frecuentes a nivel del mar. Los agricultores aseguran que no colocan ningún químico para su crecimiento.

Algunas de las presentaciones en el mercado

Paquetes de Stevia: Estos normalmente contienen los mismos ingredientes que las combinaciones y sólo que con una presentación más conveniente y adecuada.

Tabletas de Stevia:

Se disuelven rápidamente. Normalmente contienen Estevióside junto con otros ingredientes. Usadas como edulcorante de bebidas.

Empresas Japonesas de Stevia

Ikedatohka Industries Co., Ltd. (http://www.ikedatohka.co.jp)
TAMA Biochemical Co., Ltd. (http://www.tama-bc.co.jp)
DAINIPPON INK AND CHEMICALS, Inc. (http://www.dic.co.jp)
Toyo Sugar Co., Ltd. (http://www.toyosugar.co.jp)
Tokiwa Plant/Chemical Lab. Co., Ltd. (http://www.trade.or.jp/member/tokiwa/tokiwa.html)
Nichinouseiken Co., Ltd. (http://www.daily-yamazaki.co.jp/group_m.html)
NIPPON PAPER CHEMICALS Co., Ltd. (http://www.npchem.co.jp/e/product/stevia/index.html)
Fuji Kagakukogyo Co. Ltd. (http://www.waila.or.jp/kasei/fuji1.html)
Maruzen Pharmaceuticals Co., Ltd. (http://www.maruzenpcy.co.jp)
Morita Kagakukogyo Co., Ltd. (http://www.morita-Kagaku-kogyo.co.jp)

Propiedades físico-química Principales para la industria de alimentos

- El edulcorante de Stevia es resistente al calor (hasta 200° C). Se funde a 238 ° C. Por lo tanto presenta estabilidad a las temperaturas habituales en el procesador de alimentos.
- Resistencia al pH: es suficientemente estable entre pH 3 a 9.
- Incoloro, no se observa oscurecimiento, aún en las condiciones más rigurosas de procesado de alimentos.
- No fermenta.
- Refuerza sabores y olores (Ikan, et al., 1993; Mowrey, 1992).
- No tiene calorías por ser no metabolizable y es natural.
- Es un edulcorante no-tóxico y no-adictivo.
- Es potente, 250 a 300 veces más dulce que el azúcar en su forma procesada.
- Una fuente de antioxidantes
- Enaltecedor de bebidas alcohólicas (agente de envejecimiento y catalizador)
- Altamente soluble en agua, alcohol etílico y metílico e insoluble en éter.
- Capacidad osmótica: presenta buenas propiedades osmóticas.

Productos Potenciales

- Aditivo para las bebidas gaseosas, jarabes de fruta, refrescos, jugos de fruta, helados, yogures, sorbetes, pasteles, bizcochos, tortas, pan dulce, tartas, panificados, mermeladas, salsas, curtidos, jaleas, postres, chicles, dulces, confiterías, frutos de mar, verduras, dietas para bajar de peso, dietas diabéticas, enaltecedor del sabor, color y olor.

Beneficios para la salud

- Acción hipo-glicémica Tratamiento contra la diabetes
- Acción cardiovascular
- Acción tónica digestiva
- Previene las caries y retarda la placa

- Controla el eczema y el acné, agente curativo rápido para el cuidado de la piel
- Cero calorías
- Para el tratamiento de la hipertensión y el control de la presión arterial
- Agente bactericida

2.2. MARCO TEÓRICO.

2.2.1. Identificación los diferentes tipos de presentación de la stevia para su comercialización.

El mercado de la Stevia actualmente es el de la industria alimenticia y el de bebidas, principalmente como edulcorante y saborizante. El mercado de la salud ocupa el segundo lugar en orden de importancia. En el tercero, están los subproductos constituidos por los restos de la planta una vez que las hojas hayan sido seleccionadas para la industria del té o para las industrias extractivas. El 70 por ciento del total de la producción mundial de *Stevia* se utiliza para extraer cristales llamados “Esteviósidos” y “Rebaudósidos-A”, mientras que el 30% restante es destinado a usos herbarios¹¹.

Como producto no tradicional es exportado (84%) y consumido en el país (16%) como producto primario para su posterior transformación agro-industrial en laboratorios en varias presentaciones comerciales. Para su consumo en forma primaria se consume la hoja en fundas de te en variadas marcas o en hoja natural, mientras que como producto transformado se lo hace bajo la forma de jarabe, pastillas, cápsulas, cremas y en polvo, según el requerimiento, sea medicinal y costemológico

Una de las limitantes de crecimiento y expiación del mercado y cultivo de la Stevia es que siempre estuvo sujeto a un marco regulador y este

11. Información de Productos Valdez Light y Morena Light de la Compañía Azucarera Valdez. 2006. Guayaquil, Ecuador.

determinó su evolución económica. Su comercialización es más limitada cuando está regulada como un suplemento dietético, y es más amplia cuando está definida como un aditivo alimenticio, incluye los edulcorantes. En la mayoría de los países, no está permitida como edulcorante.

Cabe señalar que la industria de alimentos y bebidas es una de las más reguladas a nivel mundial. Por lo que no debe sorprender que la Stevia esté experimentando barreras de crecimiento, especialmente como edulcorante natural certificado. La manera de mejorar la competitividad es cumplir con el marco regulador y tratar de que los países en general la permitan como aditivo alimenticio así poderla utilizar como edulcorante natural. Estudios científicos que apoyan la utilización de Stevia están disponibles en el Japón, Brasil, Dinamarca y otros países.

Alrededor de 1.500 investigaciones científicas se han originado solamente en el Japón quienes poseen un método integral, y trata de utilizar toda la planta, no solamente la hoja, a través de una variedad de aplicaciones que no afectan, solamente, la salud y el bienestar del ser humano, sino también la de los animales, la ecología, y el suelo. Por lo cual, con estas investigaciones existen elementos que de hecho otorgan mayores ventajas competitivas a los mercados asiáticos por su tipo de regulación al producto. Probablemente, estos mercados están mejor posicionados por aprovechar los beneficios de una desregulación.



Corte y secado natural de hojas

Tipo de productos

El 70 por ciento del total de la producción mundial se utiliza para procesar cristales de Esteviósido, mientras que el 30 por ciento restante de la producción mundial es destinada a usos herbarios. Las diferentes formas de uso de las hojas incluyen todos los productos comercializados en su estado natural (fresco o seco); los extractos de la hoja pueden ser procesados ya sea en forma de polvo o en forma líquida. La mejor forma de usar Stevia depende de la cantidad de dulzura que se requiera en un producto y del grado de sabor licoroso del que una receta o una bebida particular se van a beneficiar.

Hojas frescas.

Tienen un suave sabor licoroso. Ésta es la forma más sencilla de stevia, en su estado más natural y no procesado. Las hojas son usadas para preparar salsas, pero resultan aún mejor en el té herbario y para el consumo directo. Las hojas no se disuelven. En varios mercados se las puede comprar sueltas o en saquitos de té. Son de 15 a 30 veces más dulces que el azúcar.

Hojas secas.

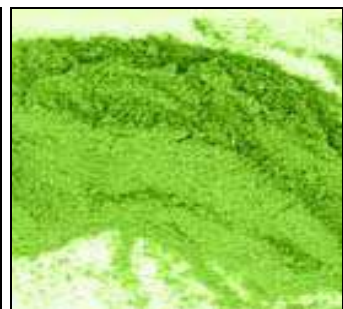
Son de 10 a 15 veces más dulces que el azúcar. Para secarlas, sólo se debe eliminar toda el agua (la manera más fácil es secándolas con un deshidratador, pero si se las seca en un horno con la temperatura más baja también funciona), Este procedimiento les permite tener un período mayor de almacenamiento.



Hojas frescas



Hojas secas



Hojas molidas

Hojas molidas.

Pueden encontrarse a granel y en saquitos de té. Tienen un color verdoso, y se las usa como un realzador del sabor y como edulcorante en el té, ensaladas, frutas, café, etc. Las hojas molidas de stevia no se disuelven. El uso de las hojas frescas o secas, molidas o en polvo es aceptado en la cocina doméstica, pero se debe tener en cuenta que dejan un sedimento y un color verdoso en las bebidas. Los productos procesados fueron introducidos como una alternativa, para evitar estos efectos laterales producidos con el uso de las hojas naturales. Existen diferentes formas de productos procesados. Uno de los desafíos del uso de estos varios tipos de productos a base de stevia en la cocina y en las bebidas, es encontrar la medida exacta de dulzura adecuada al gusto particular de cada persona y los requisitos de cada receta.

2.2.2. Tipos de presentación comercial.

Dependiendo de su uso de la hoja de stevia, esta es transformada en los laboratorios existentes en el país. Se la comercializa en boticas, farmacias, supermercados y proveedores individuales, dependiendo del lugar y requerimiento de los usuarios. Aunque este producto es recomendado bajo prescripción médica por profesionales, es de compra libre y los precios varían acorde a la presentación, concentración y tipo de laboratorio que lo procese.

Presentaciones en el mercado.

Paquetes y funditas de Stevia: Estos normalmente contienen los mismos ingredientes que las combinaciones de Stevia, sólo que con una presentación más conveniente y adecuada.

Tabletas y jarabe de Stevia: Se disuelven rápidamente. Normalmente contienen Esteviósido junto con otros ingredientes. Usadas como edulcorante de bebidas.

Para productos Potenciales

Aditivo para las bebidas gaseosas, jarabes de fruta, refrescos, jugos de fruta, helados, yogures, sorbetes, pasteles, bizcochos, tortas, pan dulce, tartas, panificados, mermeladas, salsas, curtidos, jaleas, postres, chicles, dulces, confiterías, frutos de mar, verduras, dietas para bajar de peso, dietas diabéticas, enaltecedor del sabor, color y olor.

Laboratorios dedicados a la comercialización de la stevia.

- Valdez Light (Guayas)
- Extractos Andinos S.A. (Pichincha)
- Morena Light de Valdez (Guayas)
- Grupo Nobis (Pichincha)
- Apenn S.A.
- Natura C.A.
- CHR. Hansen
- Encee Aromatics P. Limited
- Quimica e Farmaceutica Ltda.
- Zeal Extracts, Ltd.

El cultivo e industrialización de muchos productos naturales específicamente de la stevia está orientada al mercado de exportación. Siendo el mayor importador los Estados Unidos (74% de la demanda internacional), lo que corrobora que este país es el demandante principal de este producto demandado por las empresas productoras de fármacos, también la industria de perfumes de calidad aprovecha las cualidades aromáticas de este producto.

2.2.3. Cuantificación de la superficie de siembra en el Ecuador.

El establecimiento y producción de cultivos no tradicionales en el país, es en la actualidad una atracción significativa para los inversionistas, debido a la demanda y precios accesibles de venta en el mercado externo, al mismo tiempo es una fuente generadora de empleo y

divisas, debido a la notoriedad y por su aceptación del mercado interno y externo por sus cualidades medicinales.

Cuadro 1.

Cuantificación de superficie cultivada de stevia en el país (hectáreas)

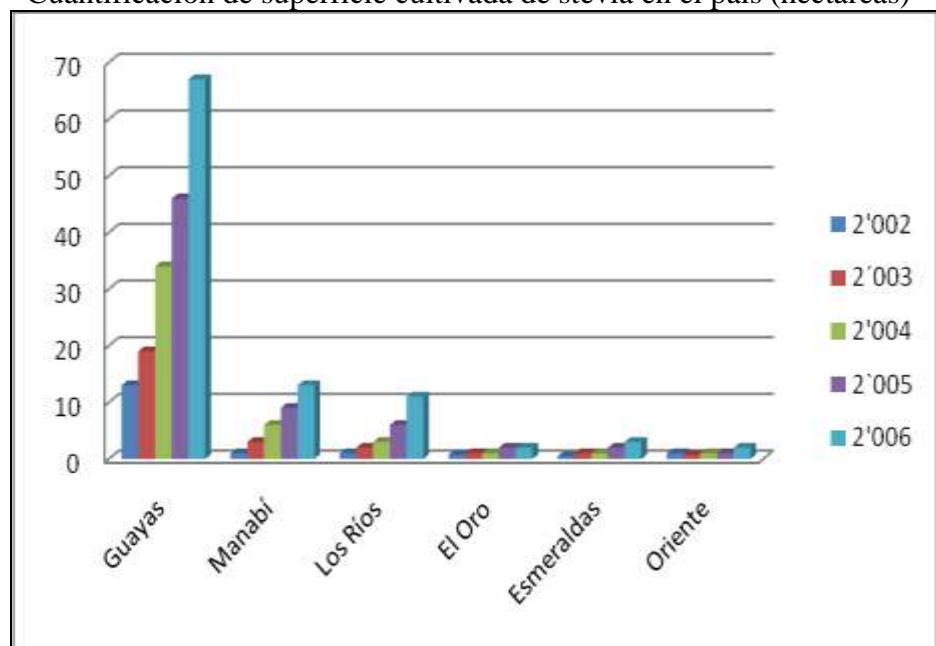
Provincias	2002	2003	2004	2005	2006	Part. %
Guayas	13	19	34	46	67	67.96
Manabí	1	3	6	9	13	13.22
Los Ríos	1	2	3	6	11	9.40
El Oro	0,8	1	1	2	2	3.18
Esmeraldas	0,5	1	1	2	3	3.42
Oriente	1	0,80	1	1	2	2.82
Total	18,30	28,90	49,60	69,10	101,00	100%

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario. www.sica.goc.ec

Elaboración: Autores de la investigación

Gráfico 1.

Cuantificación de superficie cultivada de stevia en el país (hectáreas)



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario. www.sica.goc.ec

Elaboración: Autores de la investigación

En vista de esta situación alentadora los inversionistas se encuentran promocionando este cultivo de fácil manejo y de rentabilidad significativa con mercados seguros y precios a la alza, ya que los sembradores de stevia señalan que el rendimiento por hectárea fluctúa en relación con el manejo del cultivo, edad y variedad empleada por tal razón por su región es importante, por lo dentro de este contexto por ser un rubro nuevo la provincia del Guayas lidera las áreas de siembra con

el 67,96% de participación con una superficie de siembra que osciló entre 13 a 67 hectáreas en el período 2002-2006. En tanto que provincias como Manabí, Los Ríos, El Oro, Esmeraldas y parte del Oriente ecuatoriano tiene una participación poco significativa que se mantuvo en un rango de variación entre 13,22% a 2,82% en correspondiente orden, tal como se observa en el cuadro y gráfico 1.

Conforme a lo expresado, para lograr un cambio radical de las condiciones productivas en el sector exportador, es preciso, no sólo mencionar las necesidades de apoyo económico, sino también emprender programas de educación dirigido a todas las categorías de producción, sobre cultivos apropiados a sembrarse en las zonas donde trabajan, otorgándoles el debido entrenamiento sobre eficientes técnicas para el desarrollo de éstos, pero con un mayor énfasis en los manejos de cosecha y pos-cosecha, a fin de diversificar y optimizar la producción de especies vegetales con miras a la exportación, en sitios marginados con cultivos que se adapten a sus condiciones ambientales repercutiendo y mejoren la calidad de vida de los habitantes de estos sectores.

2.2.4. La siembra de stevia Manabí.

En Manabí el apoyo de la inversión privada ha experimentado un notable repunte en la bio-diversificación y plantación de cultivos no tradicionales en nuestro medio, específicamente en la zona norte de la provincia, donde debido a sus condiciones de clima, suelos, comercialización han permitido la siembra de nuevos rubros agrícolas de importancia económica para el mercado externo, y esto se ha extendido a otras regiones, que por sus características topográficas e infraestructura de riego durante todo el año se la considera ideal para este tipo de inversión con fines exportables que ha repercutido en el desarrollo socio económico del país.

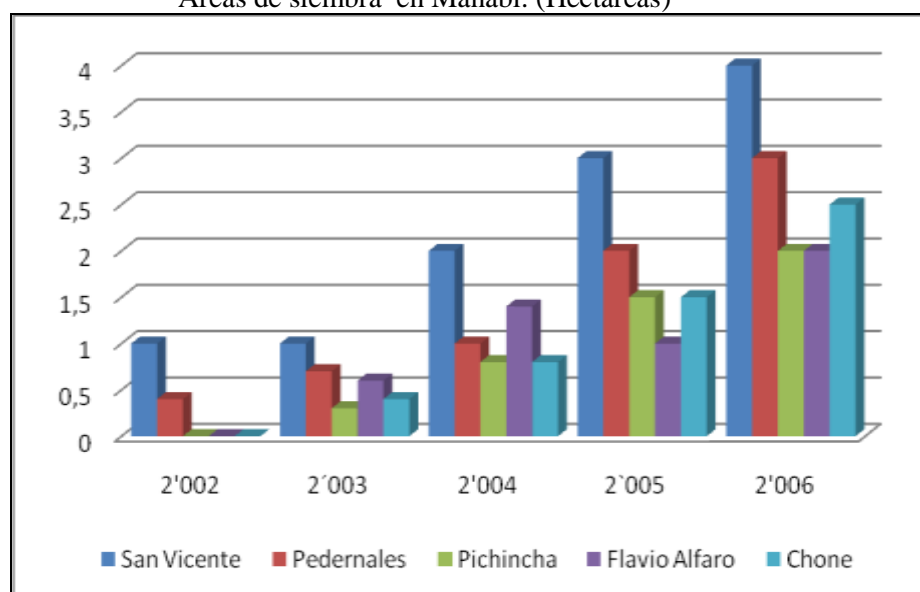
Cuadro 2.
Áreas de siembra en Manabí. (Hectáreas)

Cantones	2002	2003	2004	2005	2006	Part. %
San Vicente	1	1	2	3	4	38.24
Pedernales	0,40	0,7	1	2	3	22.09
Pichincha	-	0,3	0,8	1,50	2	12.75
Flavio Alfaro	-	0,6	1,4	1	2	16.73
Chone	-	0,4	0,8	1,50	2,50	10.19
TOTAL	1.40	3.00	6.00	9.00	13.00	100

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario. www.sica.goc.ec

Elaboración: Autores de la investigación

Gráfico 2.
Áreas de siembra en Manabí. (Hectáreas)



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario. www.sica.goc.ec

Elaboración: Autores de la investigación

En el cuadro y gráfico 2 se puede determinar que el 38,24% de esta actividad le corresponde al cantón San Vicente en el cual se han establecido entre 1 y 4 hectáreas durante los años de estudio, como consecuencia directa de la demanda creciente del mercado externo. Por su parte los cantones Pedernales (22.09%), Pichincha (12.75%), Flavio Alfaro (16.73%) y Chone con una participación equivalente al 10.19%.

Estas diferencias significativas en los diferentes cantones manabitas se debe a que en estas regiones existe la debida promoción por nuevos rubros no tradicionales de gran importancia económica a nivel del mercado internacional, como es el caso del cultivo de la stevia cosa que

no ocurre en otros lugares de Manabí, donde más bien las áreas de siembra de este rubro se dan en lugares de limitan con la provincia de Pichincha, donde están las empresas encargadas de su compra, comercialización, procesamiento y posterior empaque a empresas importadoras fuera del país.

Las características ecológicas favorables ubican a Manabí como una zona de condiciones agro-climáticas adecuadas y de producciones óptimas, base para la sustentación de una bio-diversidad de especies agrícolas que permiten que cultivos no tradicionales, sean de gran novedad y entusiasmo debido a sus adecuados costos de producción y márgenes de rentabilidad atractivos, permitiendo diversificar y optimizar su producción con miras a la exportación en este sector.

2.2.5. Demanda del mercado externo.

Las exportaciones en el Comercio internacional, es el intercambio de bienes y servicios entre países. Los cuales pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas; permite al país especializarse en la producción de rubros no tradicionales aumentando el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivos niveles socio - económicos.

El acceso al mercado internacional es seguro, debido a que la oferta existente no lo abastece y hace que se busquen nuevas zonas de producción de esta especie en la que las hojas de esta planta es la parte que se comercializa, teniendo como destino comercial para este producto es el mercado internacional y se estima de acuerdo a lo observado en el cuadro 3 que las exportaciones de stevia se han

incrementado significativamente, como es el caso de los Estados Unidos en donde en el año 2002 se importaron 58.264 a 89.157,62 kilogramos en el año 2005, seguido por México con 14.313,23 kg. Así mismo Suiza registró una importación significativa de 4.990,80 kg durante el último año. Registrando un rango de variación entre 74.036 a 120.620,99 kg durante los años bajo estudio.

Cuadro 3.
Exportaciones e importaciones de stevia

Volumen (Kg.)					
País	2002	2003	2004	2005	2006
China	58 264.00	76 960.50	63 633.00	77 937.46	89 157.62
Japón	2 925.00	2 106.00	2 733.00	6125.97	14 313.23
Estados Unidos	900.00	446.00	1 486.00	221.00	7.00
Panamá	-	1 839.00	-	-	-
Brasil	2 323.00	1 698.00	2 045.00	6 154.72	5 166.17
Colombia	1 392.00	168.00	-	17.00	319.10
Costa Rica	49.00	30.00	-	-	89.08
Chile	104.00	100.00	434.00	1.00	0.30
Colombia	2 276.00	48.00	66.00	142.10	906.60
España	-	-	-	16 765.80	4 271.50
Francia	190.00	-	-	-	-
Italia	304.00	-	-	-	100.00
Inglaterra	-	-	-	8 844.00	-
Suiza	6 200.00	6 223.00	2 009.00	3 348.00	4 990.80
Ecuador	244.00	118.00	113.00	192.00	473.00
Venezuela	-	-	-	468.29	666.23
Perú	-	-	-	-	123.96
Total	74 036.00	89 618.50	72 406.00	120 025.34	120 620.99

Fuente: Centro de Trámites de [Exportación](#) – CENTREX. EE.UU.
Elaboración: AutorEs de la investigación

2.2.6. Competitividad y herramientas de mercadeo por sus propiedades medicinales y cosméticas.

Una de las limitantes de crecimiento y expansión del mercado y cultivo de la stevia es que siempre ha estado sujeta a un marco regulador y esto ha determinado su evolución económica. Su comercialización es ilimitada cuando está regulada como un suplemento dietético, y es más amplia cuando está definida como un aditivo alimenticio, incluye los edulcorantes. Cabe señalar que la industria de alimentos y bebidas es una de las más reguladas a nivel mundial. Por lo que no debe sorprender que este nuevo rubro esté experimentando barreras de crecimiento, especialmente como edulcorante natural certificado. La manera de mejorar la competitividad es cumplir con el marco regulador permitiendo identificarla como aditivo alimenticio así poderla utilizar como edulcorante natural. Estudios científicos que apoyan la utilización de Stevia están disponibles en el Japón, Brasil, Dinamarca, Estados Unidos, Perú, Colombia, Ecuador y otros.

Sin embargo Estados Unidos no se permite la importación de especies vegetales provenientes de Ecuador como producto primario, por la presencia de mosca de la fruta (*Anastrepha spp.*) en las zonas de producción. Las regulaciones específicas de Estados Unidos para productos alimenticios sin procesamiento, plantas o animales debe consultarse a Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) dirigiéndose a: <http://www.aphis.usda.gov/is/html> Para productos alimenticios que tienen algún grado de procesamiento se debe consultar a Food and Drug Administration (FDA) dirigiéndose a: <http://www.fda.gov>.

En Europa no se han establecido restricciones fitosanitarias para la importación de esta especie, sin embargo entre las ventajas y desventajas se lo describe a base de un FODA que se describe a continuación:

2.2.6.1.Fortalezas

- Buena ubicación y distribución logística de las fincas en general, que concluye en no tener mayores problemas de plagas.
- Reconocida calidad de la stevia ecuatoriana, que supera a otros países latinoamericanos a excepción de Paraguay.
- Posibilidades de expansión del área cultivada
- Personal técnico calificado y mano de obra relativamente barata
- Producto nuevo y muy atractivo para la alimentación natural, especialmente en lugares donde se produce.

2.2.6.2.Oportunidades

- Se cuenta con amplias zonas tropicales y subtropicales apropiadas para este tipo de actividad agrícola no tradicional.
- Esta especie, se cultiva en las regiones oriental y litoral, por lo que se encuentran en su hábitat.
- Producto de cosecha permanente.
- Producto enfocado hacia el mercado internacional.
- Existencia de nuevos nichos de mercado donde se pueda posesionar.

2.2.6.3.Debilidades.

- Alta rotación de la mano de obra, que afecta la productividad.
- No todas las empresas cuentan con una planificación operativa ni estratégica.
- Separación física de las oficinas de las plantaciones, lo que representa constantes viajes a la finca.
- Falta de información de producción acorde a la región, manejo técnico y sistemas de comercialización.

2.2.6.4.Amenazas.

- Competidores ya posicionados en el mercado, quienes gozan de ventajas competitivas por la facilidad de desarrollar tecnología que reducen sus costos de producción ampliando sus beneficios.

- Nuevos participantes en el mercado de especies medicinales: a mayor cantidad de ofertantes, se reduce el precio del producto final, incrementándose las exigencias de calidad del producto.
- Productos sustitutos.

2.2.7. Análisis de los sistemas de comercialización.

Comprende la combinación de un conjunto de variables económicas controladas, las mismas que operan en el marco de factores propios del mercado de destino. Dentro de la estructura de comercialización de los derivados de la stevia, la elección de un determinado canal de distribución depende en gran medida del tipo de producto a ser comercializado y de los servicios que ofrece dicho canal. China, Japón, Estados Unidos y la Unión Europea son los principales demandantes mundiales, sus importaciones de consumo en conjunto superan las 80.000 toneladas es el mayor consumidor mundial.

2.2.7.1. Comercialización nacional.

- Se efectúa generalmente a nivel de finca.
- El productor venden las hojas cosechados al comprador previo convenio o contrato, el mismo que se encarga del transporte y de la comercialización con las empresas radicadas en la ciudad de Guayaquil y Quito para su exportación.
- La unidad de comercialización es, por lo general sacos con capacidad de 110 libras, el cual depende del lugar donde se comercializa.
- El precio de venta depende del tamaño de las hojas y la relación oferta/demanda al momento de la comercialización.

Una vez industrializada por parte de las empresas procesadoras de esta especie es comercializada, en bolsas plásticas transparentes, básicamente a nivel de tiendas naturistas y ferias. Los envases son de

15 gramos con un precio al público de USD 0,50 c/u y de 50 gramos al precio de USD/. 1.00 c/u. En la actualidad hay solamente siete empresas que comercializan la hoja de stevia seca en esta forma. Se nota gran demanda sobre todo en ciudades como Quito y Guayaquil. Se debe indicar que muchos de estos industriales no producen stevia sino que compran a un promedio de USD 2 a 3 el Kg. Se observa que la producción es muy incipiente para este mercado. De allí el alto precio que se paga actualmente por la hoja seca. Gran parte del mercado ecuatoriano se encuentra desabastecido y también hay poco conocimiento del público consumidor, por lo que haría falta una mayor divulgación de esta planta.

Como té filtrante de stevia, se comercializa generalmente en cajas de 25 unidades (sachets con 1 gr. de stevia cada uno). En la actualidad existen solamente 3 empresas que fabrican este producto. La venta al público fluctúa entre USD. 4.90 a 8.0 al público. Solamente 1 de ellos es productor de hoja de stevia. Se observa, al igual que en el caso anterior gran demanda, poca oferta y también poco conocimiento de la población.

Todos los productores de té de stevia, tercerizan a través de empresas envasadoras de sachets. Algunos de estos industriales han comenzado a enviar muestras a España, México, Norte de Chile, se ha iniciado una exportación aunque muy incipiente, por ahora, sin embargo es de esperarse un aumento de esta actividad en el corto plazo, lo que generará un aumento de la demanda de hoja de stevia

Como hoja micro pulverizada ó azúcar de stevia., no hay producción nacional, sin embargo se observa productos importados de Colombia que ofertan a través de supermercados mezclas de azúcar de stevia con azúcar rubia o blanca en bolsa de 0.454 kg. con precios al público que oscilan entre USD. 8 a 10 dólares.

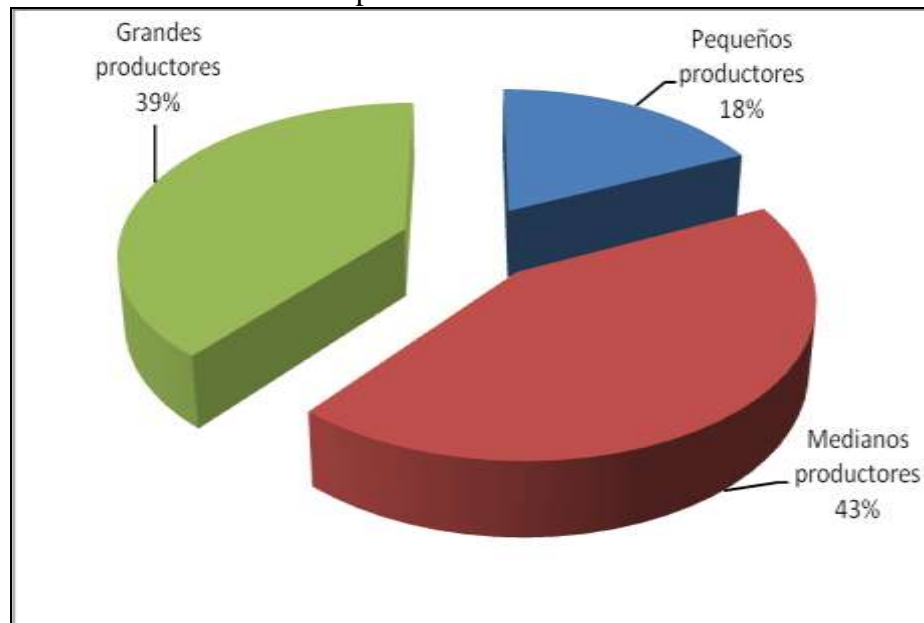
Cuadro 4.



Fuente: Centro del Comercio Internacional. 2004. UNCTAD/OMC. Guayaquil, Ecuador.
Elaboración: Autores de la investigación

Es posible su utilización como tal en helados dietéticos, galletas, panteones, etc. reemplazando el azúcar de caña hasta un 30%. Todo ello es posible porque la stevia soporta temperatura de hasta 200° C, lo cual es una ventaja para la industria alimenticia.

Gráfico 3.
Sectorización de la producción de stevia en el Ecuador



Fuente: <http://www.steviaparaguaya.com.py/documento-final1.pdf>
Elaboración: Autores de la Investigación

En lo referente a los extractos concentrados oscuros de stevia, en esta forma hay solamente 2 empresas que comercializan en frascos de 250 cc a USD. 25 dólares al público. Se observa que se comercializan extractos claros importados de Brasil, Paraguay, en frascos goteros, de 40cc a USD 5.90 y el 100 cc USD. 9.00 dólares. No hay producción nacional de extractos claros de stevia. Para comercializar estas últimas presentaciones si se requiere contar con el registro sanitario.

En la venta de unidad agraria, según los estudios del tercer Censo Nacional en base a proyecciones se pudo determinar que la venta y comercialización para el consumo se lo hace en el mercado nacional, pudiéndose constatar que su comercio mantuvo un rango de variación

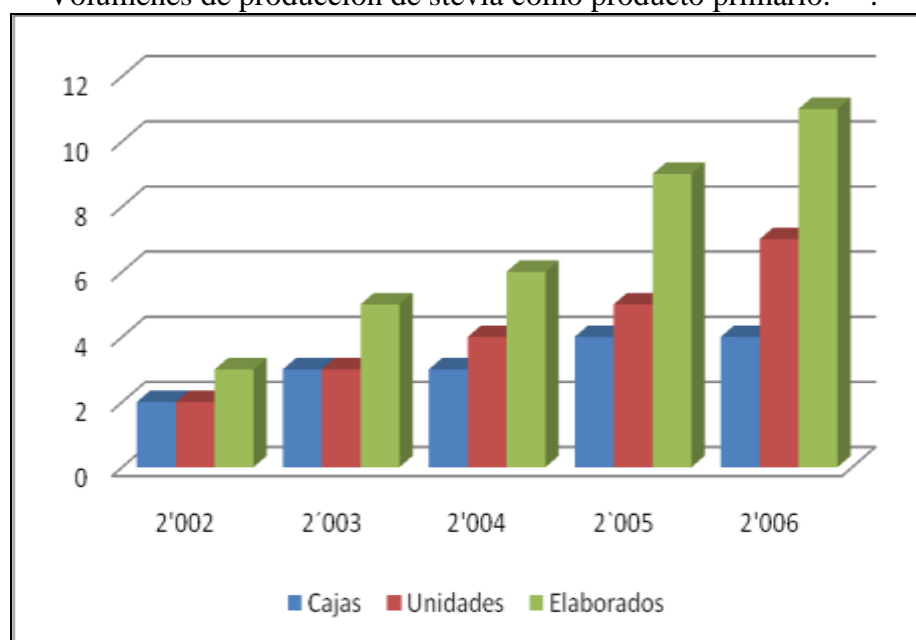
que osciló entre 2 y 7 TM a nivel nacional, los cuales reportaron variaciones con el pasar de los años (30,08% de part.), ya que este producto se encuentra condicionado a la oferta y demanda. Sin embargo entre las desventajas que presenta la comercialización es que su comercio inestable, a pesar de ser un país dolarizado, ya que importamos más de lo exportamos por los altos aranceles que se pagan en lo referente a la colocación de rubros de gran demanda y valor económico en el mercado externo e incluso este sector carece de salvaguardas que otros países si los tienen y permiten proteger a sus exportadores.

Cuadro 5.
Volúmenes de producción de stevia como producto primario. (TM).

Consumo	2002	2003	2004	2005	2006	Total	Part.
Interno							%
Cajas	2	3	3	4	4	16	24,41
Unidades	2	3	4	5	7	21	30,08
Elaborados	3	5	6	9	11	34	45,51
TOTAL	7	11	13	18	22	71	100

Fuente: Manual de Productos Agrícolas No Tradicionales (PROEXANT).
Elaboración: Autores de la investigación.

Gráfico 4.
Volúmenes de producción de stevia como producto primario. TM.



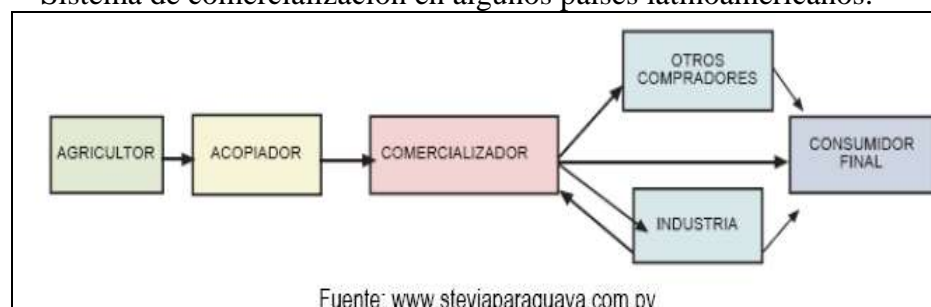
Fuente: Manual de Productos Agrícolas No Tradicionales (PROEXANT).
Elaboración: Autores de la investigación.

En lo referente a los elaborados, se pudo distinguir que estos han tenido una gran acogida por parte del sector agroindustrial y pequeña empresa del país, ya que es la stevia es utilizada como producto de propiedades medicinales, por estas características en el año 2002 se registró una demanda interna de 3 TM y su comercialización ha sido significativa a pesar de sufrir variaciones, sin embargo en el 2006 aumento a 11 TM como producto primario en la elaboración de varios productos para consumo humano, representando el 45,51% lo cual evidencia que bajo esta denominación tiene mayor acogida en el mercado interno (Cuadro 5 y gráfico 4).

2.2.7.2. Comercialización internacional.

A este nivel de mercado es comercializada como hoja seca de stevia el precio internacional fluctúa entre USD 1.50 hasta USD 3.50 dólares de acuerdo a la calidad, porcentaje de estevósido, limpieza. El precio también está de acuerdo a la oferta exportable. También fluctúa de acuerdo a la escasez o abundancia del mercado internacional. (el precio promedio de la hoja seca de stevia en el mundo al por mayor es de USD 8.00 el kg). Los principales compradores a nivel mundial son: Japón, China, Corea, Canadá, Australia, Unión Europea, USA, Brasil y Paraguay.

Gráfico 5
Sistema de comercialización en algunos países latinoamericanos.



Otro aspecto que se observa, es la tendencia de los países que producen y comercializan la stevia (EE.UU. Europa y Asia), en donde la disponibilidad de este producto en sus diversas presentaciones tiene

precios elevados. Sin embargo en el país acorde a su presentación se establece su precio, recomendado por médicos homeópatas, literatura existente y resultados beneficiosos que se han conseguido por efecto de su administración. Por otro lado mediante convenio con inversionistas progresistas se trata de planificar sus áreas de cultivo y procesamiento con la finalidad de no saturar el mercado nacional, cosa que ha ocurrido con otros productos, como es el caso de la cebolla perla, jengibre, malanga, ñame, etc. donde no se consideró nunca este aspecto llevando a la quiebra de muchos agricultores e inversionistas, dada su exceso de oferta y poca demanda conllevando a precios bajos.

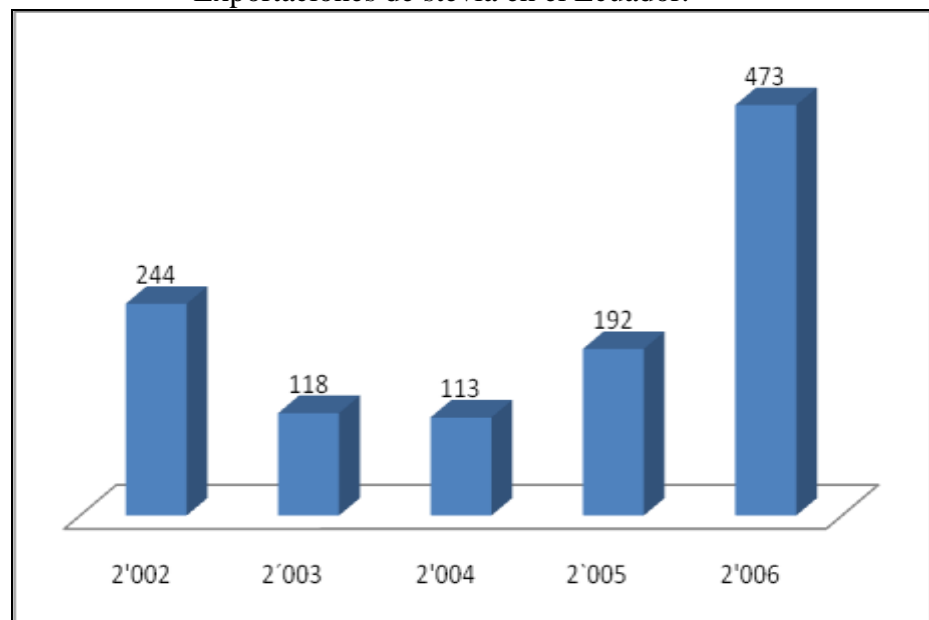
Cuadro 6.
Exportaciones de stevia en el Ecuador.

NANDINA	Producto	Ton. 2002	FOB	Ton. 2003	FOB	Ton. 2004	FOB	Ton. 2005	FOB	Ton. 2005	FOB
910100000	Stevia	244	106	118	85	113	78	192	108	473	129

Fuente/Source: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autores de la investigación

Gráfico 6.
Exportaciones de stevia en el Ecuador.



Fuente/Source: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autores de la investigación

En el cuadro 6 y gráfico 6 se establece, según reportes de Banco Central del Ecuador que las exportaciones de stevia en sus diferentes

presentaciones en el año 2002 reportaron 244 ton, este margen, disminuyó en el siguiente año a 118 ton a pesar que las áreas de siembra se incrementaron, similar comportamiento ocurrió en el año 2004, lo cual se debió a que el manejo técnico – productivo no el adecuado y el mercado internacional se saturó por este producto; pero a partir del año 2005 las exportaciones se incrementaron a 192 ton y 473 ton en el 2006 permitiendo que se incrementen, debido exclusivamente a sus superficies de siembra.

Cuadro 7.
Demanda histórica de la stevia por países importadores.

Año	Consumo (kg / Año)
1998	58 264.00
1999	76 960.50
2000	63 633.00
2001	77 937.46
2002	89 157.62

Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador.
Elaboración: Autores de la investigación

Con respecto a la demanda histórica, el consumo de derivados de stevia (jarabe, mesh, tabletas, polvo y otros), ha ido incrementándose paulatinamente, generando así una demanda futura cada vez mayor. El análisis de la demanda es realizada tomando en cuenta el consumo internacional de este endulzante natural, basado en la demanda y por la oferta de los países productores.

Cuadro 8.
Coeficientes de determinación de la oferta futura de procesados de stevia al mercado externo.

CURVA	Coeficientes de determinación "r ² "(%)
Línea Recta	57.84
Semilogarítmica	41.70
Logarítmica doble	40.55
Transformación inversa	26.61

Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador.
Elaboración: Autores de la investigación

En el Cuadro 8, se puede observar la oferta histórica internacional de esta especie exótica, en sus diferentes presentaciones, sea esta como hoja fresca, seca, líquidos y en tabletas consignándose los volúmenes de exportación hacia el mercado objetivo de los países importadores de este producto. Para el análisis de los datos correspondientes a la oferta futura, se utilizó el método de los mínimos cuadrados, tomando como base las ecuaciones de regresión correspondientes; Línea recta, semi-logarítmica, logarítmica doble y de transformada inversa. Los cálculos realizados se muestran en el Cuadro 8 donde se observa que el modelo de mejor ajuste a los datos corresponde a la ecuación de la línea recta; con un 57.84% de aproximación.

2.2.8. Otros factores considerados en la comercialización de la stevia.

Para efectuar la exportación se requiere contar con permiso de FEDEXPOR y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, y acogerse a las especificaciones de los países importadores. En el mundo se comercializa la stevia: como pastillas, en polvo, en gotas, en sachets, etc. La comercialización es limitada en cuanto está regulada como suplemento dietético, sería mucho más amplia si es reconocida como aditivo alimenticio donde se encuentran los otros edulcorantes sintéticos que son tóxicos, pero son protegidos por los gobiernos de sus respectivos países. Dentro de este contexto el cultivo e industrialización de muchos productos naturales específicamente de la stevia, está orientada al mercado de exportación. Siendo el mayor importador países como China, Japón, Estados Unidos, Alemania (74% de la demanda internacional), lo que corrobora que estos países son los principales demandante de este producto y el consumo total está orientado a las empresas productoras de fármacos.

Por otra parte el sector agrícola y empresarial dedicado a la producción y comercialización local e internacional de productos no tradicionales entre los cuales se incluye a la stevia, con la aplicación de tecnología

orgánica representa un importante aporte por ser una nueva fuente generadora de empleo y de ingresos económicos para este sector productivo, sinónimo del esfuerzo privado, donde la inversión ha aumentado y no especulado financieramente a pesar de recesión económica que ha sufrido el país en estos últimos años.

Cuadro 9.
Principales factores considerados en la comercialización de la stevia

GEOGRÁFICOS	DEMOGRÁFICOS	SOCIO-ECONÓMICOS
Región	Edad	Nivel económico
Categoría	Sexo	Educación
Clima	Tamaño Familiar	Religión
Población	Ciclo de vida	Raza
	Composición familiar	Clase social
		Categoría socio-profesional

Fuente: Marketing y Publicidad. Técnicas de organización y Promoción.
Elaboración: Autores de la investigación.



En lo económico y social el desarrollo y fuerte crecimiento que ha tenido el sector no tradicional y sus aporte al erario nacional son representativos respecto a otros productos tradicionales, así también un gran generador social que ha permitido que la fuerza laboral, marginada hasta hace unas décadas, hoy alcancen ciertos beneficios

que apuntan a una evolución, que le permiten a estratos sociales ser parte del desarrollo económico del país, sin embargo se deben tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- Especie vegetal introducida en nuestro país, por empresarios visionarios, para diversificar las exportaciones no tradicionales principalmente en lo referente a rubros agrícolas.
- Existe una infraestructura productiva con plantaciones en varias provincias del país, pero en forma limitada para impedir una sobre oferta y bajen los precios.



- Es necesario iniciar una estrategia para el ingreso al mercado norteamericano, japonés y chileno por las restricciones fitosanitarias por la mosca de la fruta.
- Una buena alternativa competitiva sería la producción orgánica de esta especie medicinal.
- Una opción de mercado se constituye como líquido y micro pulverizada en el sistema IQF, lo que ha permitido ingresar al mercado norteamericano que tiene restricciones fitosanitarias a las frutas fresca.

- Es un cultivo que está adquiriendo fuerza desde hace aproximadamente ocho años en el país.
- Las partidas arancelarias de este producto son: NANDINA: 08109040 "Frutas y especies tropicales". CUCI: 0579802000.

En la mayoría de ellos la stevia no está considerada como edulcorante pues en este mundo tan competitivo de productos alimenticios, le han puesto muchas barreras para no ser catalogado como edulcorante natural certificado, ya que sería un gran competidor de los edulcorantes sintéticos que tiene efectos secundarios en la salud humana. Se considera que el mercado de los edulcorantes sintéticos es el mercado potencial inicial de la stevia.

2.2.9. La stevia y el sello verde.

Permite brindar a industriales y comerciantes que lo presente un beneficio adicional, debido a la protección del medio ambiente, dando a conocer a la sociedad las bondades de los productos que promocionan. Las plantaciones de stevia están comenzando a obtener el sello verde, por lo cual deben cumplir con todos los requerimientos estipulados en las listas de chequeo para el Label Program, es la empresa responsable de acreditar en el Ecuador.



Empresas certificadoras de sello verde en el país

En el mundo se consumieron en el año 2000 alrededor de 120,000 millones de TM de azúcar; 100,000 TM de Aspartame y solamente 2,000 TM de esteviosido. Solo en Japón hay 1,500 estudios científicos que apoyan el consumo de la stevia. También hay infinidad de estudios en Dinamarca, Brasil, Israel, Canadá, etc. El mayor productor de stevia

es China, que comercializa el 50% de su producción en su mercado interno, el 40% lo exporta a Japón y el 10% restante a Corea, Indonesia y USA. Paraguay es el segundo productor mundial de hoja de stevia, sus principales clientes son Japón y la fábrica de stevia que tiene Brasil en el sur de su territorio (Paraná). También exporta en menores cantidades a Europa y México. Los principales mercados potenciales actuales para la stevia son: USA, la Unión Europea, Canadá y Australia sin dejar de considerar a Japón. El 95 % de la hoja que importa Japón proviene de 4 productores chinos.



Stevia en su estado natural

La FAO y otros organismos internacionales desde junio del 2004 presentaron a la stevia como un producto seguro para el consumo humano, esto es un presagio para que más tarde sea considerado como edulcorante natural tanto en EEUU como Europa con lo cual el mercado mundial debe expandirse en forma violenta. Las hojas de stevia en América del sur contiene en promedio de 8 a 12% de esteviósido. En cambio las hojas de China contienen de 5 a 6% que es compensado con el gran volumen de producción.

Conforme a lo expresado, las exportaciones en el país a pesar de estar en desventaja con las importaciones por tener bajos aranceles y salvaguardas, debido a una inadecuada política comercial exterior, las exportaciones se están incrementando con nuevos rubros, como ya se

indicó anteriormente, lo cual nos permite establecer que nuestro país goza de preferencia comercial en varios países importadores por nuestros productos.

2.2.10. Repercusión social-económica en el sector exportador del país.

En el ámbito de las exportaciones e importaciones ocupa en sus fases cantidades apreciables de mano de obra, que si bien no es y no es calificada en su totalidad presenta para muchas familias que viven y que se asientan en las diferentes regiones geográfica del país y sobre todo en los lugares de producción y procesamiento de la stevia, siendo una fuente de ingresos y la manera de poder resolver en parte sus problemas económicos y nivel de vida. El sector exportador del rubro de la stevia, es nuevo y representa en la actualidad un importante aporte por ser una fuente generadora de empleo y de importantes ingresos económicos para este sector productivo, sinónimo del esfuerzo privado, donde la inversión ha aumentado y no especulado financieramente a pesar de la recesión económica que ha sufrido el país en estos últimos años.



Frente a esta estructuración, las empresas e inversionistas privados con respecto a la producción y procesamiento de la stevia con fines

comerciales, se basan en una organización que objetiviza soluciones viables que permiten alcanzar los objetivos empresariales, simplificando procedimientos para garantizar los mejores resultados en el campo administrativo, que al mismo tiempo permitan una reducción de costos de producción, sistema operacional de producción y comercialización en cada uno de sus departamentos o áreas.

Cuadro 10.
Generación de empleo por efecto de la stevia.

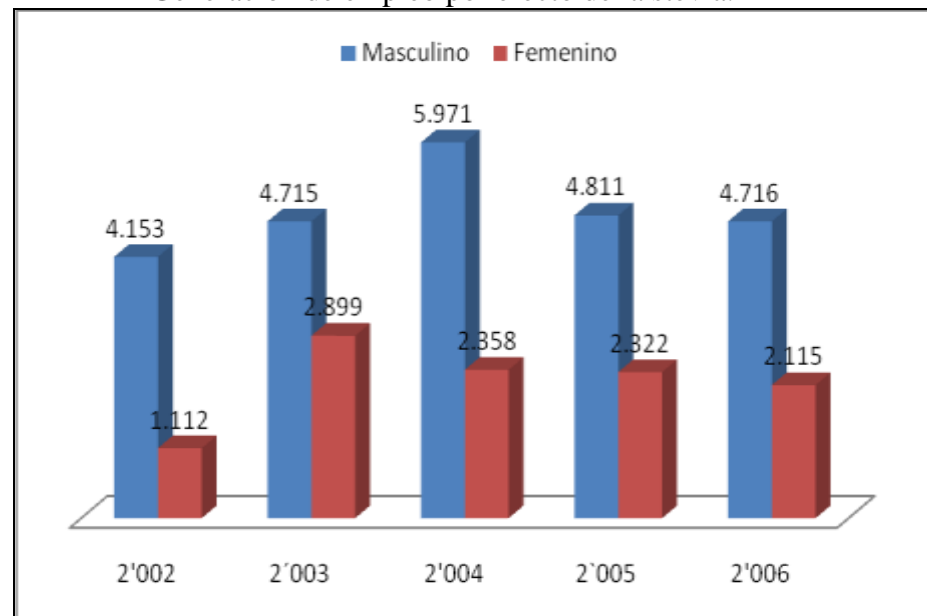
Recursos humanos	2002	2003	2004	2005	2006	Part. %
Masculino	4.153	4.715	5.971	4.811	4.716	65,74
Femenino	1.112	2.899	2.358	2.322	2.115	34,26
TOTAL	5.265	7.614	8.329	7.133	6.831	100,00

Fuente: www.inec.gov.ec.

Elaboración: Autores de la investigación

En el área social ha permitido que empresas incrementen la mano de obra calificada y no calificada, donde la gran mayoría son trabajadores del sexo masculino con el 65,74% mientras que el 34,26% restante lo cubre el sector femenino (Cuadro 10 y gráfico 7).

Gráfico 7.
Generación de empleo por efecto de la stevia.



Fuente: www.inec.gov.ec.

Elaboración: Autores de la investigación

Por otro lado es importante indicar que el tipo de organización con su respectivo personal, se establece de acuerdo al tamaño y la finalidad de la misma, es por ello que existe un modelo de organización ideal para el proceso administrativo de todas las empresas y zona de producción de stevia como producto primario y procesado instaladas en el país, las cuales se encuentran constituidas por un sistema de objetivos funcionales y jerárquicos, enlazados entre sí y orientados hacia un fin común, que es la de producir y obtener una rentabilidad económica, con atractivas tasas de retorno marginales, ya que el sistema de objetivos adoptados por la compañía viene a formar una estructura orgánica ejecutoriada por estas empresas y zonas de producción.

2.2.11. Aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB).

El Producto Interno Bruto (PIB), ha mantenido un crecimiento que ha estado determinado por las variaciones que han experimentado los diferentes sectores productivos, que se encuentran condicionados a diversos factores, como es la demanda, nacional e internacional, políticas aplicadas para este sector por cada gobierno de turno para poder suplir su déficit fiscal y mantener a la burocracia dorada que tanto daño le hace los inversionista.

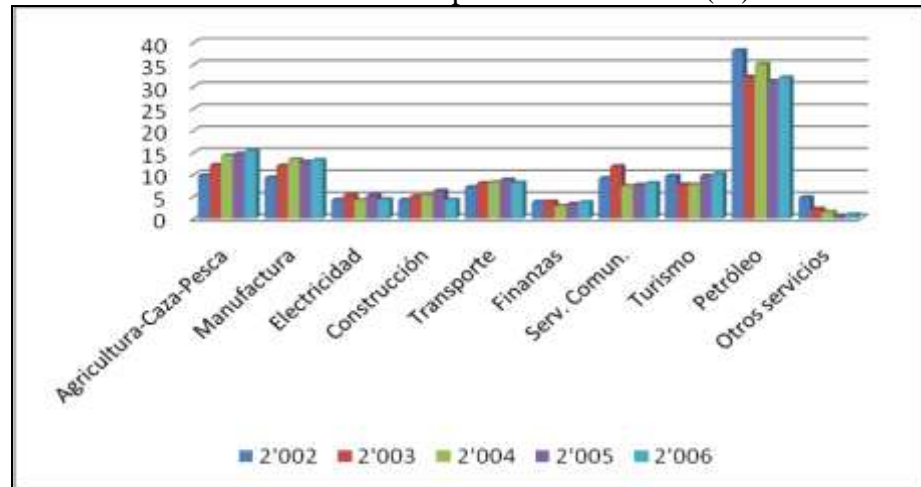
Cuadro 11.
Contribución de las exportaciones al PIB. (%).

ACTIVIDAD	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura-Caza-Pesca	9,78	12,13	14,37	14,63	15,35
Manufactura	9,26	11,95	13,46	12,82	13,24
Electricidad	4,19	5,22	4,24	5,21	4,33
Construcción	4,23	5,02	5,23	6,3	4,24
Transporte	7,11	8,03	8,17	8,79	8,12
Finanzas	3,71	3,82	2,86	3,28	3,68
Serv. Comun.	9,09	11,83	7,39	7,66	8,01
Turismo	9,64	7,67	7,68	9,68	10,11
Petróleo	38,24	32,18	35,11	31,17	32,05
Otros servicios	4,75	2,15	1,49	0,46	0,87
TOTAL %	100	100	100	100	100

Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autores de la investigación

Gráfico 8.
Contribución de las exportaciones al PIB. (%).



Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador.
Elaboración: Autores de la investigación

Sin embargo a este rubro partir de los años 2002 al 2006, con la finalidad de diferenciar su participación en la formación del PIB, pudiéndose establecer una proporción que fue desde 9.78% obtenida en el año 2002 a 15.35% reportada en el año 2006 del total nacional, en relación con los demás rubros exportables, de los cuales el petróleo sigue siendo el producto con más aportaciones al PIB con el 32,05%, seguido por las actividades manufactureras y el turismo con el 13,24% y 10,11% de transporte y comunicaciones, (Cuadro 11 y gráfico 8).

En el cuadro 12 se puede apreciar la participación de los productos de origen agropecuario en el Producto Interno Bruto Nacional, donde las actividades relacionadas con la agricultura y otros productos agrícolas tradicionales tuvieron una participación que osciló entre el 14.00% y 13,21% para rubros tales como banano, café y cacao. En tanto que en los productos no tradicionales entre los que se encuentra la stevia, estuvo entre el 30,68% y 34,76% para el período en estudio.

Dentro de este contexto las actividades piscícolas establecieron una participación significativa que osciló entre 1,32% y 2,73% el cual es un

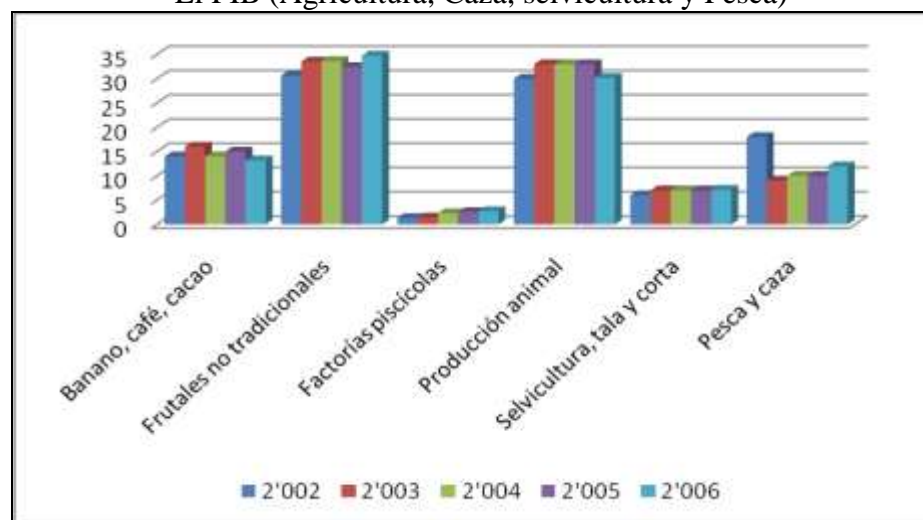
indicador que nos muestra la importancia en el ingreso de divisas al país por sus exportaciones.

Cuadro 12.
El PIB (Agricultura, Caza, selvicultura y Pesca)

Actividades Agropecuarias	2002	2003	2004	2005	2006
Banano, café, cacao	14,00	16,00	14,00	15,00	13,21
Frutales no tradicionales	30,68	33,56	33,68	32,44	34,76
Factorías piscícolas	1,32	1,44	2,32	2,56	2,73
Producción animal	30,00	33,00	33,00	33,00	30,22
Selvicultura, tala y corta	6,00	7,00	7,00	7,00	7,13
Pesca y caza	18,00	9,00	10,00	10,00	11,95
TOTAL	100	100	100	100	100

Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador. 2006.
Elaboración: Autores de la investigación

Gráfico 9.
El PIB (Agricultura, Caza, selvicultura y Pesca)



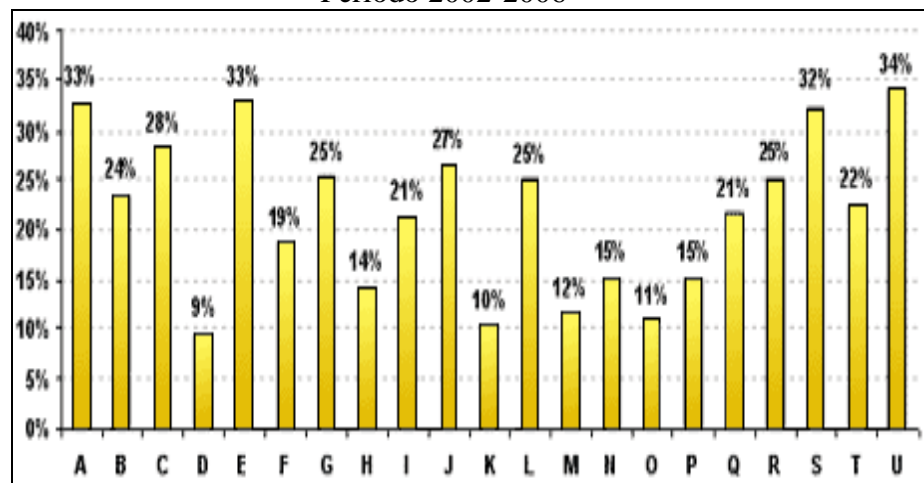
Fuente: Anuarios del Banco Central del Ecuador. 2006.
Elaboración: Autores de la investigación

Estos resultados muestran que la inversión de productos no tradicionales se ha incrementado notoriamente, específicamente en lo relacionado con la siembra de la stevia, dada a su demanda del mercado internacional y más bien productos como el banano y el café en los actuales momentos pasan por una baja en los precios, como consecuencia de una sobre oferta en el mercado externo, cosa que no ocurre cuando la demanda se ha incrementado, logrando que esta actividad se siga manteniendo en el mercado internacional como rubro exportable.

2.2.12. Ingreso de divisas al desarrollo social y económico del país.

El sector exportador e importador tiene una enorme importancia para la economía del Ecuador, especialmente cuando se exportan nuevos productos, como es el caso de la stevia y esto se lo aprecia analizando los valores de los ingresos que genera la exportación de productos de diverso origen por parte de las empresas y zonas de producción instaladas en el país, donde las divisas generadas por esta actividad se refieren a los ingresos generados por las exportaciones realizadas de productos elaborados, semielaborados o materias primas a través de los diferentes puertos nacionales a diversos países del exterior y en los últimos años este tipo de actividad agrícola ha registrado saldos positivos en sus ventas, debido a las cualidades medicinales de esta especie la cual es muy cotizada en el mercado nacional e internacional.

Gráfico 10.
Aportaciones a la Balanza comercial del país.
Período 2002-2006



Fuente: Página Web www.ecuador-exporta.com
Elaboración: Autores de la investigación

A criterio de los exportadores, la balanza comercial en el Ecuador en el período comprendido entre los años 2002 y el 2006 tuvo un crecimiento del 34%, distribuido de la siguiente manera: 7,6% en el 2001; 4,9% en el 2002; 6,7% en el 2004; 8,1% en el 2005 y 7% en el 2006. La actividad exportadora, según una investigación realizada por Ecuador exporta a Empresas del sector agro-industrial, han mostrado un

crecimiento que ha generado en el quinquenio 2002 - 2006, 351 millones de dólares.

Cuadro 13.

Estrategias para el desarrollo del Comercio Exterior

- **OMC (Organización Mundial del Comercio)**
- **ALADI (Asociación Latinoamericana de integración)**
- **Comunidad Andina**
- **MERCOSUR (Mercado Común del Sur)**
- **G3 (Grupo 3)**
- **TLC (Tratado de Libre Comercio)**
- **Cuenca del Pacífico**
- **ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas)**
- **Acuerdos bilaterales**
- **UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo)**

Fuente: MICIP (Ministerio de Industria, Comercio, Integración y Pesca)
Elaboración: Autores de la investigación

Sin embargo, a lo expresado en el país no existe una política de fomento aplicada para este sector, que permita una estabilización de precios y ayuda en concesión de créditos con bajos intereses al empresario que desea incursionar en esta actividad agrícola. Seguido a esto no hay la aplicación de mejoras en la producción por medio de la adquisición de manejo técnico del cultivo, el cual debe estar en función al tamaño del mercado de consumo, ya que en términos de la demanda internacional se estima creciente, repercutiendo favorablemente en la economía de sus ventas. También se hace importante señalar, las mejores épocas de comercialización, tal se observa en el Cuadro 14, la comercialización exportable como materia prima procesada en las diferentes presentaciones por parte de los principales países productores del mundo, se efectúa entre los meses de Junio a Octubre.

Cuadro 14.
Ventanas comerciales para especies y frutas procesadas en el mundo.

País de Procedencia	E-F-M	MESES A-M	J-J-A-S-O	N-D
Ecuador	X-X-X	X-X	X-X-X-X-X	X-X
Costa Rica			X-X-X-X-X	
Bolivia			X-X-X	
México			X-X	X-X
Brasil			X-X	X-X
Argentina	X-X-X			
Perú	X-X-X			
Paraguay			X-X-X-X-X	X-X
Colombia		X-X	X-X-X-X-X	X
Venezuela		X-X	X-X-X	

Fuente: www.comunidadandina.org/document/estu/sgdi193b.htm

Elaboración: Autores de la Investigación.

Se observa que existe la gran ventaja del Ecuador de producir y exportar un sin número de especies agrícolas de gran valor económico entre las cuales se encuentra la stevia durante los doce meses del año. Pero este ciclo decae en los meses de junio, julio y agosto, época en la que la producción de Costa Rica se incrementa. El mes de diciembre representa una caída en la demanda internacional por especies tropicales. Pero como producto final puede ser comercializado en cualquier época del año sin importar el país.

En caso de que el destino final del producto sea el mercado externo, la logística de transporte es desde la finca a la planta procesadora, cumplir con las normas sanitarias según el origen del producto, empaque, etiquetado y aeropuerto, luego al importador/distribuidor y finalmente al consumidor final.

El transporte es el principal obstáculo que tiene que atravesar el sector exportador frutícola del Ecuador, debido al alto costo de los fletes. Esta situación nos hace menos competitivos en comparación con los otros países exportadores.

2.3. MARCO CONCEPTUAL¹².

- **Stevia**, nombre común de una planta de valor comercial, medicinal y cosmetológica. Es un endulzante natural alternativo al azúcar y a los artificiales obtenido a partir de un arbusto originario de Paraguay y Brasil, hoy en día, supone el 41 % de los endulzantes consumidos. Las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más. Apto para diabéticos Ayuda a Bajar de Peso. Tiene Acción diurética. Es una rica Fuente de Magnesio.
- **Comercialización**, acción y efecto de comercializar, proceso mediante el cual los bienes producidos llegan al consumidor.
- **Procesamiento**, Aplicación sistemática de una serie de operaciones sobre un conjunto de datos, generalmente por medio de máquinas o manual.
- **Rubro primario**, se dice a un producto que no es exportado en su forma original, si sufre modificaciones en su textura.
- **Industrialización**, proceso de transformación de un producto primario e en su estado natural a terminado.
- **Producción**, conjunto de acciones mediante el cual se crea riqueza en sus diversos procesos de extracción, obtención de productos que tienen importancia comercial y económica.
- **Certificación**, f. acción y efecto de certificar. Documento en que se asegura la verdad de un hecho.
- **Mercado**, Encuentro de las ofertas y las demandas individuales que determinan el precio de un producto cualquiera que sea su origen.
- **Técnicas**, pericia o habilidad para saber aplicar procedimientos, que pueden ser económicos y comerciales en su momento.
- **Empresa**, (Del it. impresa). Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.
- **Arancel**, tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales y aduanas.

12. Biblioteca de Consulta ENCARTA. 2007. Microsoft. Derechos Reservados.

- **Empleo**, persona que por un salario o sueldo desempeña diversos trabajos según los requerimientos o actividad.
- **Precios**, valor pecuniario en que se estima un costo, en el cual se tiene en cuenta la retribución a los factores de producción, mantenimiento, embalaje y publicidad.
- **Rentabilidad**, Es el margen de ganancia económica y la misma debe estar acorde con el riesgo de la inversión por los accionistas.
- **Impuestos**, tributos que gravan la producción nacional, la venta, y el consumo de bienes concretos.
- **Importador**, ra. adj. Que introduce en un país mercancías extranjeras.
- **Rubro industrializado**, que es transformado mediante un proceso agro-industrial.
- **Precios**, valor que se estima un costo, en el cual se tiene en cuenta la retribución a los factores de producción, mantenimiento, embalaje y publicidad. La diferencia entre este precio y el de venta es el beneficio.
- **Exportación**, conjunto de mercancías que se trasladan de un país a otro, una vez cumplido con los permisos legales.
- **Empleo**, persona que por un salario o sueldo desempeña diversos trabajos según los requerimientos o actividad.

2.3. HIPÓTESIS.

La comercialización e industrialización de la stevia en sus variadas presentaciones aporta al desarrollo socio y económico del país como rubro de exportación.

2.4. VARIABLES.

Independiente.

- Comercialización e industrialización de la stevia en sus variadas presentaciones.

Dependiente.

- Aporta al desarrollo socio y económico del país como rubro de exportación.

Operacionalización de las variables

Independiente.

Comercialización e industrialización de la stevia en sus variadas presentaciones.

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas o Instrumentos
Producto natural no tradicional , definido como un endulzante natural y propiedades medicinales el cual es comercializado y exportado a otros países dada su demanda.	Exportaciones Aporte al PIB Diversas Presentación Comercio Mercado	Comercialización Industrialización Precios Tipos Usuarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comercializa Ud la stevia en sus variadas presentaciones 2. Que tiempo tiene usted en este tipo de actividad Comercial 3. Existe una adecuada comercialización de la stevia en el País en presentaciones de: Hojas Jarabe Fundas de te Pastillas Cremas 4. Esta actividad se ha incrementado debido a sus efectos Medicinales y cosmetólogos. 5. Los precios de la stevia está acorde a sus diferentes Presentaciones. 6. En el país existen las condiciones de calidad y comerciales para una adecuada comercialización e industrialización de este producto. 7. De acuerdo su experiencia considera que los costos Conforme su presentación son adecuados. 8. Existe la debida demanda en el mercado nacional Para este tipo de actividad sea rentable. 9. Esta actividad genera empleo directo e indirecto. 10.Su consumo produce efectos benéficos para la salud humana. 	Proveedores Comercializadores Establecimientos (Boticas, farmacias Y supermercados)

Dependiente.

Aporta al desarrollo socio y económico del país como rubro de exportación.

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas o Instrumentos
<p>Por la actividad comercial y rentabilidad que genera este nuevo rubro de exportación se han incrementado las fuentes de empleo y un incremento en la canasta de productos exportables</p>	<p>Mano de obra calificada y no calificada</p>	<p>Desarrollo comercial En el país</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cual de los productos que Ud comerciales provenientes de La stevia tiene mayor demanda comercial: Jarabe Hojas Pastillas Cremas 2. Entre los productos que UD comercializa se encuentra Siempre derivados de stevia. 3. Consideran ustedes que los producto derivados de la stevia con la debida promoción en el país se incrementarán sus ventas. 4. Se debe apoyar este tipo de actividad mediante la aplicación de Cursos, talleres y seminarios. 5. Ustedes los vendedores están dispuestos ha apoyar a personas oque deseen involucrarse en este esta actividad. 6. Los precios que ustedes pagan por los envíos de este producto Esta acorde a la demanda: 7. En la actualidad este producto natural es el que tiene más Acceso al mercado. 8. Se ha incrementado la mano de obra por el procesamiento de varias especies vegetales como la steviaen el país. 	<p>Encuestas a los involucrados directos.</p>

III. DISEÑO METODOLÓGICO.

3.1. Definición del tipo de diseño y tipo de estudio de la investigación.

En la presente investigación se realizó un análisis de la actividad comercial e industrial de la Stevia (endulzante natural-medicinal) y su aporte socio económico como producto de exportación. Período 2002-2006, la cual se desarrollaron con datos retrospectivos y prospectivos debido a la problemática de la investigación.

3.1.1 Tipo de investigación.

El tipo de investigación a aplicarse fue analítica y descriptiva, se describieron y se analizaron los canales de comercialización e industrialización (Hojas, jarabes, pastilla, cremas) provenientes de la stevia.

3.2. Población y Muestra.

Como universo se tomó a los representantes de las empresas proveedores de este producto en sus variadas presentaciones y marcas, locales comerciales (Farmacias, centros naturistas, supermercados, etc.). Para la obtención de la muestra se aplicaron métodos de muestreo, con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2(N-1) + 1}$$
$$n = \frac{50}{(0,05)^2 (50-1) + 1} = \frac{50}{(0,0025) (49)+1} = \frac{50}{1,1225} = 44,54$$
$$n = \frac{50}{(0,05)^2 (50-1) + 1} = \frac{50}{(0,0025) (49)+1} = \frac{50}{1,1225} = 44,54$$
$$n = \frac{100}{(0,05)^2 (100-1) + 1} = \frac{100}{(0,0025) (99)+1} = \frac{100}{1,2475} = 80,16$$

Glosario:

z- Nivel de confianza
n-Tamaño de la muestra
N -población
E -Error de muestreo

	Población	Muestra
Proveedores y representantes	50	45
Distribuidores	50	45
Consumidores	100	80

3.3. Métodos e instrumento de la recopilación de información.

3.3.1. Métodos

El método que se aplicó fue el método científico de carácter inductivo y deductivo porque permitió recabar de manera científica datos reales obtenidos de los proveedores y representantes de las empresas que procesan la stevia en sus variadas presentaciones y marcas, así como los distribuidores.

3.3.2. Fuentes de información.

Como fuente de información primaria, se obtuvo de las empresas y laboratorios; así mismo de entidades como la CORPEI (Corporación de Promoción de exportación e inversiones), MICIP (Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca), FEDEXPOR (Federación de exportadores) y la CFN (Corporación Financiera Nacional), bibliografía, Internet y por medio de las encuestas y entrevistas.

Técnicas:

- **Encuesta.**

Se aplicó la encuesta a los involucrados directos (proveedores y representantes de empresas y laboratorios, locales de venta y consumidores de este endulzante como producto medicinal y cosmético).

- **Entrevista.**

Se entrevistaron a los representantes de las empresas que se dedican al procesamiento y comercialización de este producto en distintas marcas y presentaciones. Para identificar el ciclo de producción, procesos de

comercialización, así como su contribución socio económico al país y al sector exportador.

3.4. Instrumentos.

Encuestas estructuradas

Entrevistas no estructuradas

Fichas nemotécnicas

Documentales.

Recursos.

Equipo de investigadores compuesto por dos personas.

Establecimiento del plan de análisis.

Selección de representantes, distribuidores y consumidores de la stevia en sus diversas marcas y presentaciones en Manabí objeto de la investigación.

3.5. Diseño del procedimiento.

Los resultados obtenidos en la investigación se analizaron cualitativa y cuantitativamente, considerando a las variables. Para la interpretación de los resultados se apoyó en el marco teórico y en la información obtenida lo que permitió comprobar la hipótesis planteada y cumplir con los objetivos propuestos.

IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Encuestas realizadas a los proveedores y representantes de las empresas de stevia.

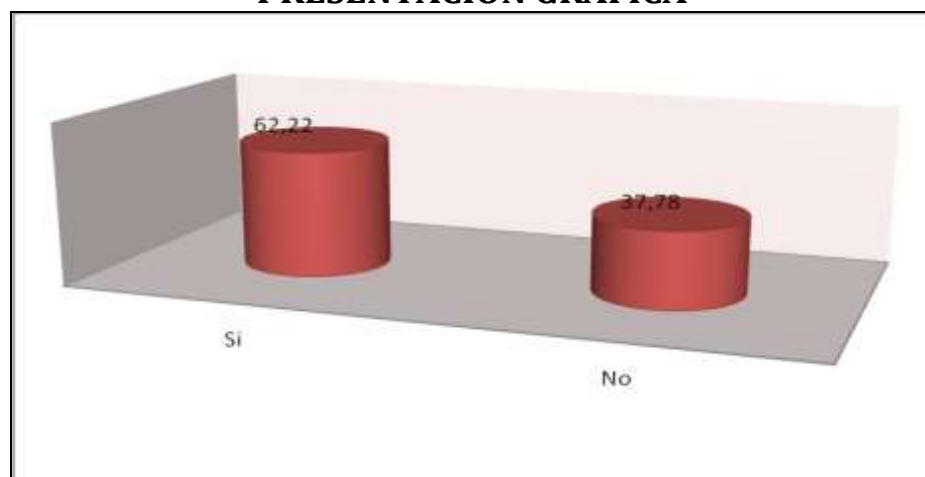
1. Comercializa Ud la stevia en sus variadas presentaciones.

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	28	62,22
No	17	37,78
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



De acuerdo a los resultados de las encuestas a los proveedores y representantes de elaborados de stevia, el 62,22% de ellos confirmaron, que existe una adecuada comercialización de este producto en sus diferentes presentaciones; en tanto que el 37,78% restante se expresó contrario a esta variable, lo cual se evidencia que en el mercado de productos de propiedades medicinales y naturales en el país, existe una segmentación entre grandes y pequeños locales comerciales de estos productos a los cuales se les atribuye diferentes propiedades y tiene una significativa demanda en el mercado nacional. Sin embargo otra posibilidad puede estar dada por la reciente introducción comercial en el mercado en sus variadas presentaciones

2. Qué tiempo tiene usted en este tipo de actividad comercial?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
1 año	8	17,77
3 años	10	22,22
5 años	13	28,88
Más de 5 años	14	31,13
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



De acuerdo a los resultados de las encuestas efectuadas a los proveedores y representantes de la distribución comercial de stevia en sus variadas presentaciones, se pudo establecer que el 31,13% de ellos tienen más de 5 años en esta actividad, por su parte el 28,88% tiene cinco años lo cual es un indicador de lo rentable de esta actividad comercial, que cuenta con precios atractivos y un mercado seguro por las características medicinales y cosmetológicas. Mientras tanto el 22,22% y 17,77% tiene entre 3 a 1 años en este mercado, ya que ellos lo consideran rentable, dada su diversificación en diferentes presentaciones que es adquirido acorde a los requerimientos y precios convenientes al cliente, que se optan por lo natural

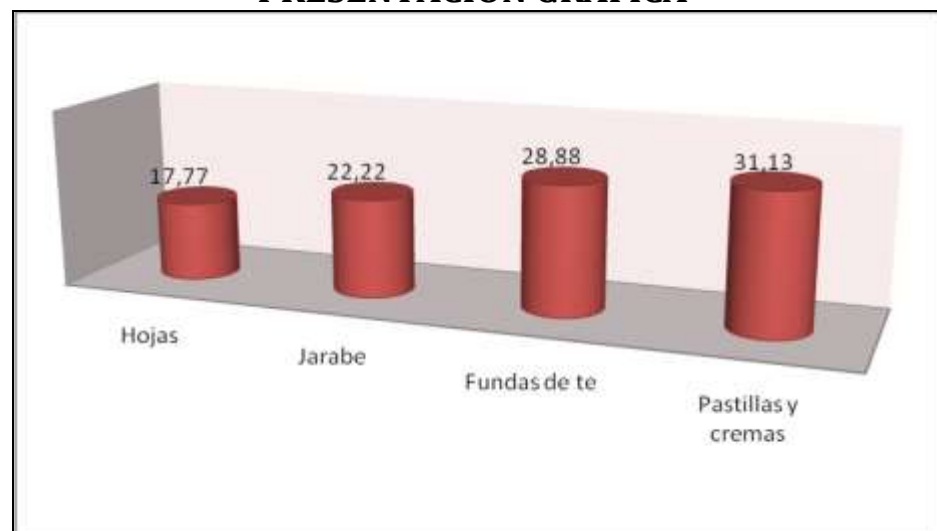
3. Existe una adecuada comercialización de la stevia en el país en presentaciones de:

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Hojas	8	17,77
Jarabe	10	22,22
Fundas de te	13	28,88
Pastillas y cremas	14	31,13
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Se evidenció, de acuerdo a los resultados de las encuestas a los proveedores y representantes comerciales, que el 31,13% que existe una adecuada aceptación bajo la forma de pastillas y cremas; el 28,88% se lo atribuye en la presentación en funda de té, mientras que el 22,22% bajo la forma de jarabe y el 17,77% en hojas que es la forma primaria con la que conoció a esta especie de propiedades únicas. Indicadores comerciales que permiten determinar que esta planta tiene las condiciones favorables, por lo que es aceptado en el mercado nacional dada sus cualidades medicinales, y en la actualidad es producida, procesada y empacada en nuestro medio, ya que anteriormente se importaba, debido a poca oferta existente en el país, pero dada la demanda existen áreas comerciales de siembra producción y comercio.

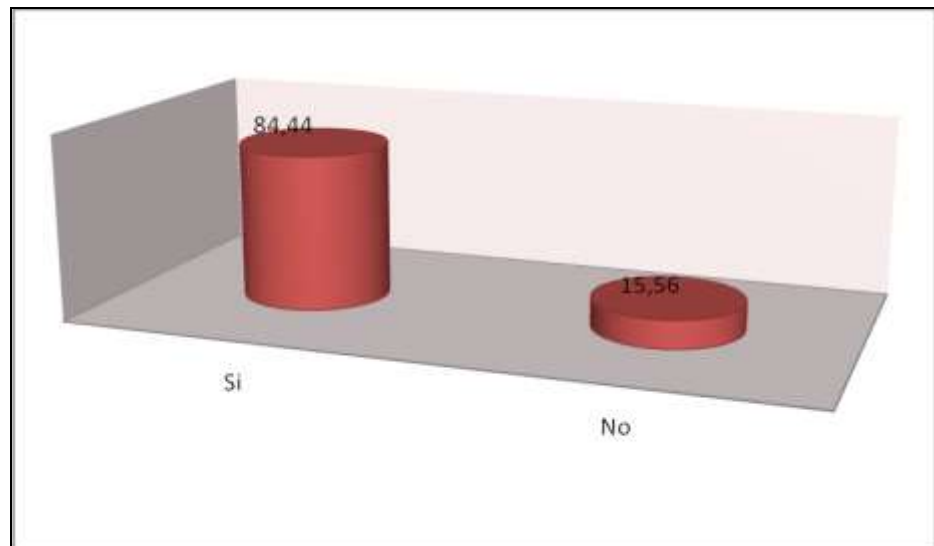
4. Esta actividad se ha incrementado debido a sus efectos medicinales y cosmetólogos.

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	38	84,44
No	7	15,56
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Se pudo determinar, conforme a las encuestas que el 84,44% de los proveedores y representantes de los derivados de stevia en sus variadas presentaciones, indicaron que en nuestro medio esta actividad se ha incrementado debido a sus propiedades medicinales y cosmetológicas comprobadas en el campo científico. Sin embargo el 15,56% opinó que existe mucha competencia comercial en lo referente a productos naturales, pero es importante indicar que su incremento es sectorizado que va acorde al conocimiento del comprador y por el recetario del médico tratante (Homeópata), aunque este producto también es de venta libre y está presente en varias presentaciones que se relacionan con su precio el cual varía acorde a su presentación y marca comercial.

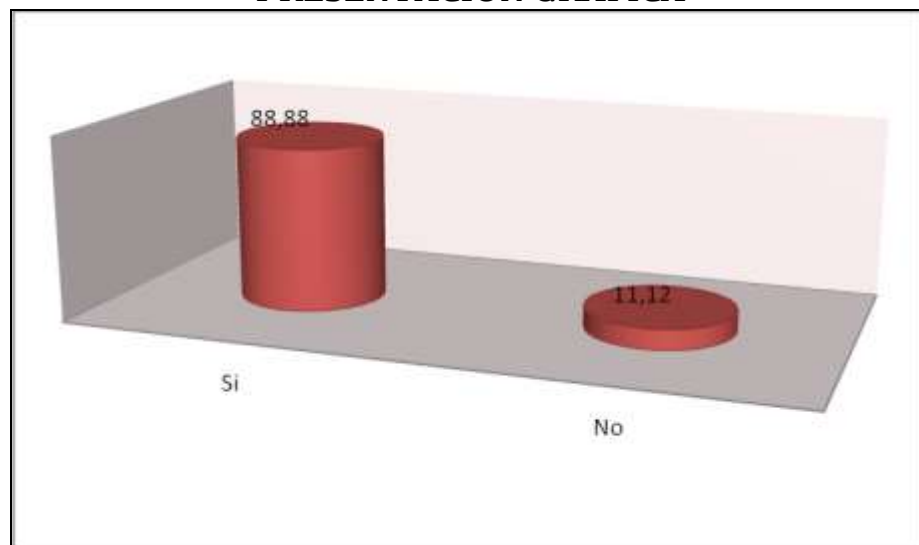
5. Los precios de la stevia está acorde a sus diferentes presentaciones?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	40	88,88
No	5	11,12
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados determinaron en un 88,88% conforme de los proveedores y representantes de las stevia en sus variadas presentaciones en Manabí, indicaron que los precios varían de acuerdo a su presentación y marca de laboratorio que lo procesa, existiendo una marcada diferencia entre el producto primario (hojas secas) y el producto ya procesado. Sin embargo el 11,12% opinó lo contrario, lo cual se debe posiblemente a la existencia de una segmentación del mercado, ya que un sector lo consume como hojas a precios bajos, mientras que en locales naturistas, farmacias y boticas se lo comercializa bajo diferentes presentaciones en la cual su precio se diferencia significativamente, es decir que se incrementa.

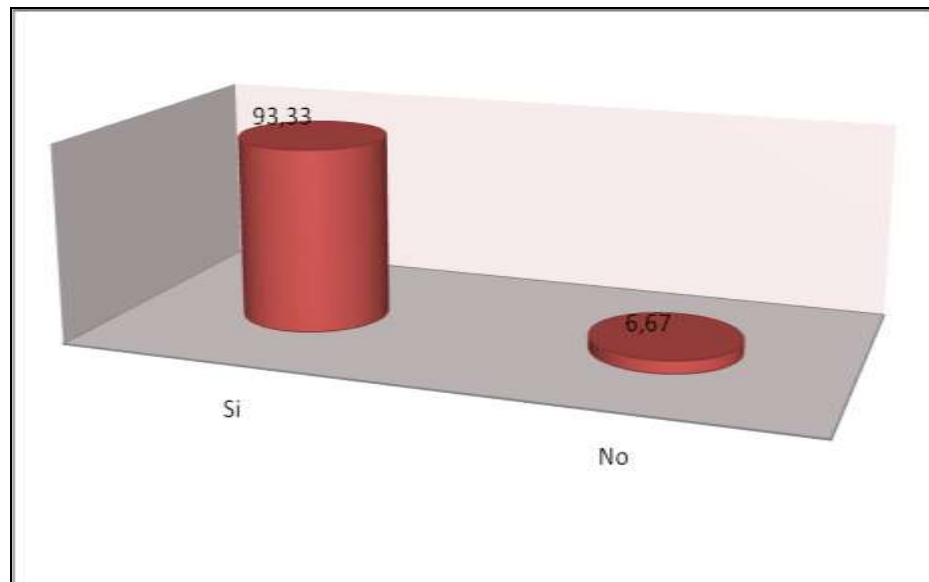
6. En el país existen las condiciones de calidad y comerciales para una adecuada comercialización e industrialización de este producto?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	42	93,33
No	3	6,67
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



De acuerdo a los resultados, se pudo determinar que el 93,33% de los proveedores y representantes encuestados confirmaron, que existen adecuadas condiciones de calidad y comerciales para su comercialización e industrialización de este producto en sus variadas presentaciones y marcas comerciales que lo procesan, por sus propiedades y precios alcanzables al consumidor; en tanto que el 6,67% restante se expresó contrario a esta variable, lo cual se evidencia la existencia de una segmentación entre grandes y pequeños proveedores que se los identifica como vendedores de esta especie en tiendas de productos naturales, farmacias y boticas, los cuales son preferidos por el surtido de productos y precios bajos en el país.

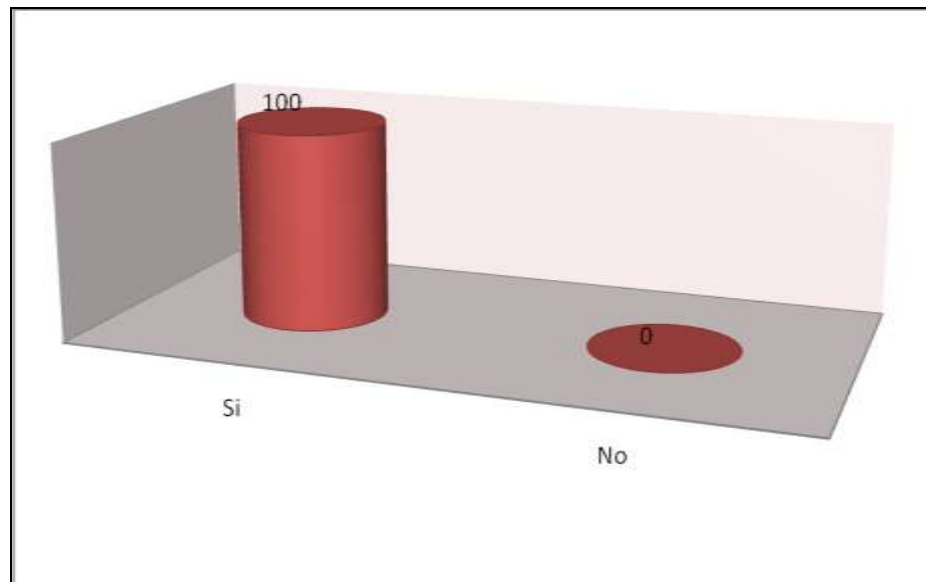
7. De acuerdo su experiencia considera que los costos conforme su presentación son adecuados?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	45	100,00
No	0	0,00
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados señalaron que el 100% de los proveedores y representantes de los laboratorios que procesan la stevia encuestados mencionaron que los precios se justifican en relación con su presentación, sea como producto primario o procesado; posiblemente este comportamiento se da debido a las condiciones favorables de mercado nacional para este rubro que goza de preferencia dadas sus propiedades medicinales y tiene nichos comerciales seguros y los precios se mantienen a pesar de su demanda constante y creciente, ya que en la actualidad la humanidad está prefiriendo lo natural que lo sintético por sus efectos negativos paralelos en lo posterior relativos a la salud humana y también por las circunstancias económicas.

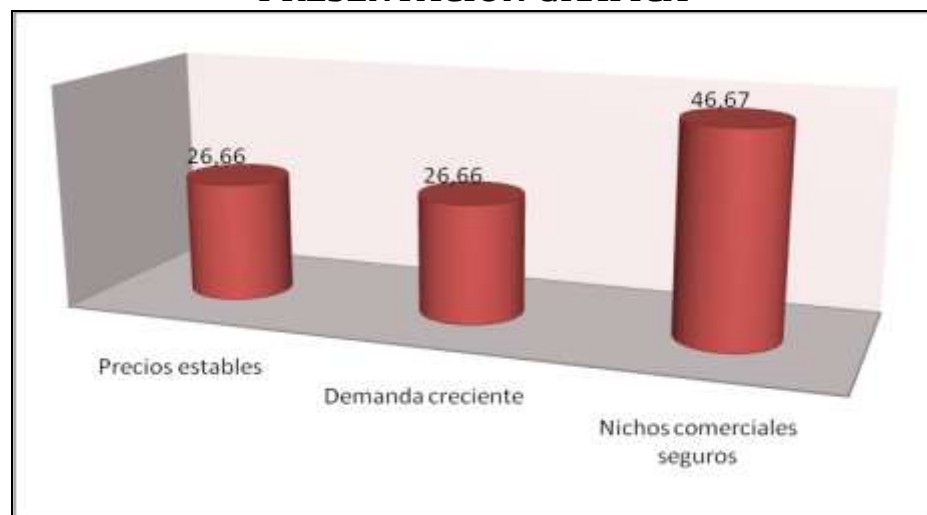
8. Existe la debida demanda en el mercado nacional para este tipo de actividad sea rentable?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Precios estables	12	26,66
Demanda creciente	12	26,66
Nichos comerciales seguros	21	46,67
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados obtenidos de las encuestas a los proveedores y representantes de los laboratorios, señalaron que el 46,67% que en nuestro medio existen nichos comerciales seguros para que esta actividad sea factible (empresas que reciben el producto en bruto y luego lo procesan, envasan y venden). Mientras tanto el 36,66% estuvo de acuerdo que los precios de este rubro son estables y al alza debida a la demanda creciente por la stevia que goza de gran prestigio internacional y nacional. Siendo nuestro país, específicamente en el litoral donde se produce una mejor hoja de mejor calidad, que han mostrado eficacia contra enfermedades crónicas que pueden ser tratadas mediante la ingestión de este endulzante natural, que en la actualidad goza de gran confianza por los consumidores.

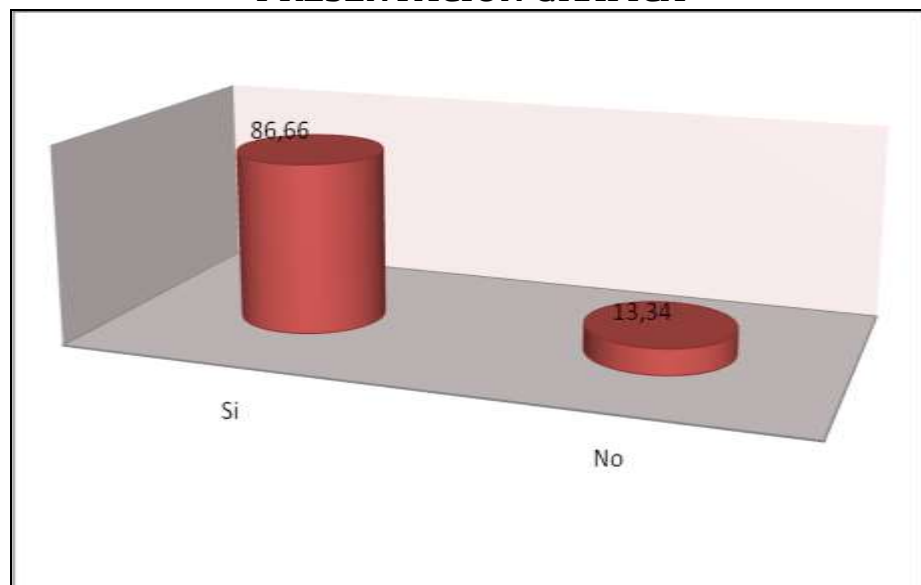
9. Esta actividad genera empleo directo e indirecto?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	39	86,66
No	6	13,34
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados evidenciaron que el 86,66% de los proveedores y representantes de la venta de stevia por parte de los laboratorios encuestados señalaron que esta actividad genera empleo directo a los habitantes del sector donde se ejecuta este tipo de actividad comercial. Mientras tanto el 13,34% opinó negativamente, posiblemente esto se deba a que en el medio existen un sin número de productos los cuales son promocionados por diferentes empresas que dan empleo directo e indirecto aún sin número de personas y locales que han visto en este producto otro rubro de aceptación comercial, el cual es manejado por personal calificado y profesional, ya que este producto es ingrediente en muchos productos medicinales los cuales lo incluyen en la elaboración de una medicina.

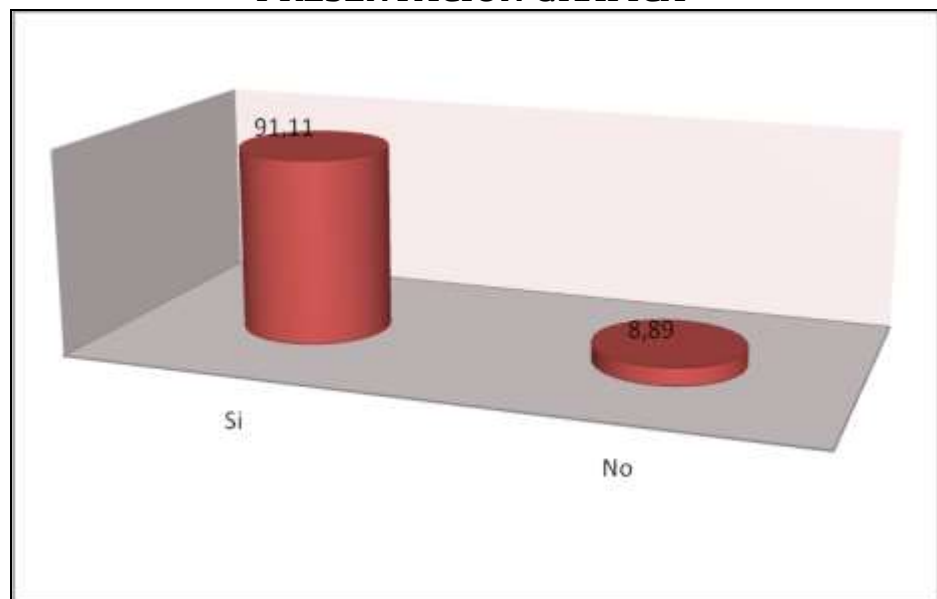
10. Su consumo produce efectos benéficos para la salud humana?

Alternativas	Proveedores y representantes	
	Nº	%
Si	41	91,11
No	4	8,89
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados determinaron que el 91,11% de los proveedores y representante del comercio de la stevia en sus variadas presentaciones señalaron que dada la demanda de esta especie, produce efectos benéficos para la salud humana en las personas quienes lo consumen; en tanto el 8,89% expresó que desconoce y más bien se dedican a comercializar el producto y expenden comercialmente. Aunque en nuestro medio este producto se lo encuentra en forma natural bajo la forma de hojas secas, procesado y como ingrediente activo en diferentes medicinas y vitaminas que se expenden el ámbito comercial de productos con propiedades y rango de acción según el recetario de la persona que lo ingiere, dadas sus propiedades endulzantes es muy requerido por personas diabéticas e hipertensos.

4.2. Encuestas realizadas a los distribuidores de stevia en sus variadas presentaciones en Manabí.

1. Cual de los productos que Ud comerciales provenientes de la stevia tiene mayor demanda comercial:

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Hojas	13	28,88
Jarabe	8	17,77
Fundas de te	20	44,45
Pastillas y cremas	4	8,88
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados de las encuestas a los locales naturistas y farmacias que expenden productos medicinales que tienen como ingrediente activo a la stevia indicaron que lo que más demanda comercial tiene es bajo la presentación de funda de té, así lo determinó el 44,45%. Mientras que el 28,88% ubicó a las hojas como rubros de gran demanda nacional y el 17,77 y 8,88% como jarabe y bajo la presentación de pastillas y cremas; este comportamiento se debe a que este producto tiene su clientela específica y se lo consigue en sus diversas modalidades y en lugares acorde a la presentación de de esta especie de gran demanda comercial en nuestro medio, que por sus precios tiene gran aceptación dentro de los productos naturales con propiedades medicinales.

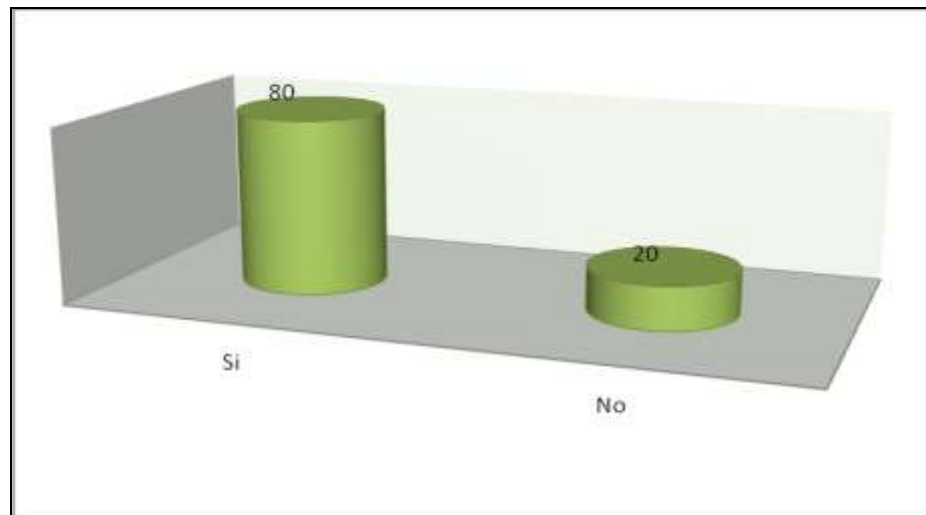
2. Entre los productos que Ud comercializa se encuentra siempre derivados de stevia?

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	36	80,00
No	9	20,00
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



De acuerdo a los resultados de los comerciantes de stevia en Manabí, se pudo establecer que el ingrediente activo de esta especie natural predomina en la mayoría de los medicamentos específicamente para personas con dolencias de enfermedades crónicas como la diabético, hipertensión, baja de peso y otras, así opinó el 80,00%; en tanto el 20,00% indicó que no lo comercializa, ya que su demanda es limitada en relación con otros productos, pero es importante señalar que esta especie dada su promoción comercial está condicionada por la demanda y precios del mercado que es el que fija las cuotas de pedidos, según las épocas de mayor demanda de varios productos en la que interviene este endulzante natural, el cual ha creado expectativas medicinales y comerciales en nuestro medio.

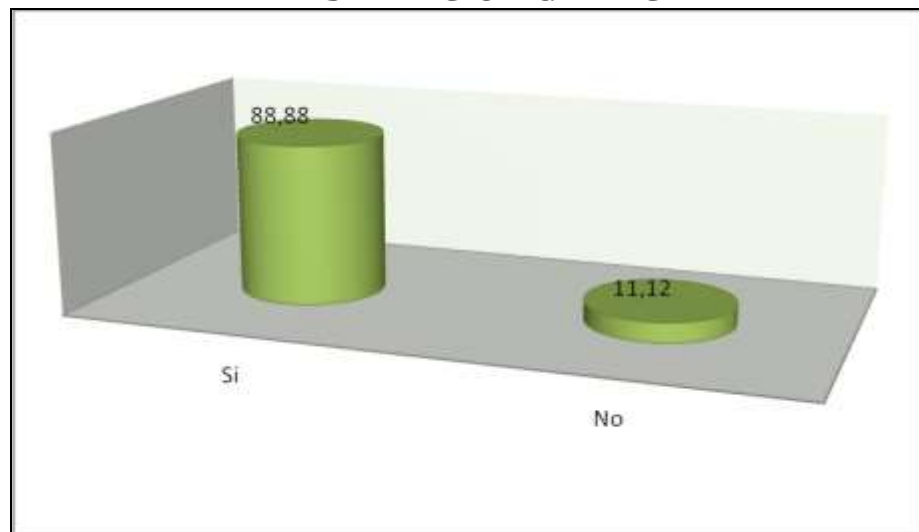
3. Consideran ustedes que los productos derivados de la stevia con la debida promoción en el país se incrementarán sus ventas?

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	40	88,88
No	5	11,12
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Se determinó que el 88,88% de los comerciantes de esta especie de propiedades medicinales consideran que las ventas de stevia en sus presentaciones se han incrementado, como consecuencia de la demanda creciente del mercado nacional, por sus precios estables, contratos y nichos comerciales seguros, parámetros muy importantes para que se incrementen las áreas de comercialización de esta especie que en nuestro medio se ha hecho conocer por sus diversas propiedades benéficas para las personas que lo consumen en sus diferentes presentaciones, que ha permitido obtener tasas de retorno marginales favorables, tanto para las empresas procesadoras como los productores-cultivadores; en tanto el 11,12% no estuvo de acuerdo con la pregunta.

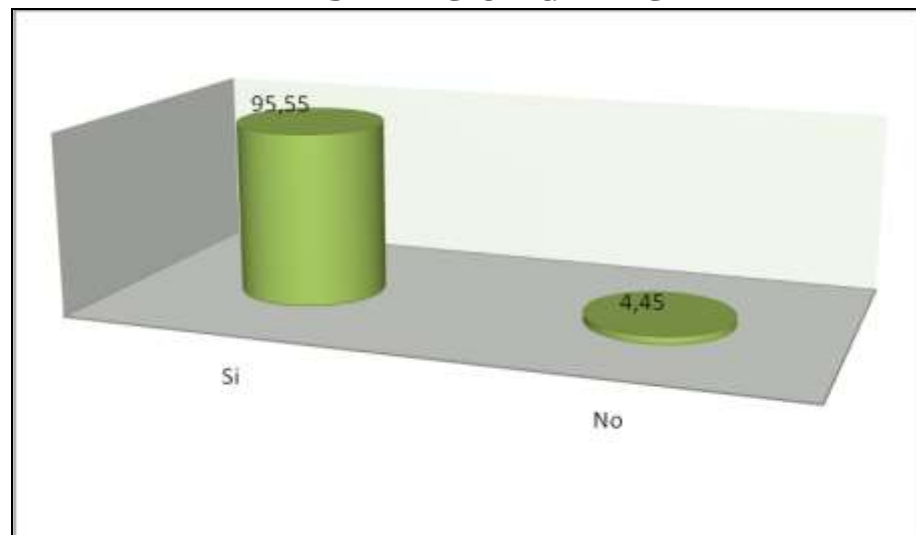
4. Se debe apoyar este tipo de actividad mediante la aplicación de cursos, talleres y seminarios?

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	43	95,55
No	2	4,45
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



El 95,55% de los comerciantes de la stevia de propiedades naturales y medicinales como endulzante, confirmaron que se debe apoyar este tipo de inversión mediante la capacitación de cursos y seminarios sobre los beneficios que otorga el consumo de este producto a profesionales médicos, propietarios y personas que laboran en locales naturistas y farmacias. En tanto el 4,45% no estuvo de acuerdo, ya que se originaría una mayor competencia comercial lo cual repercutiría en valor acorde a la presentación, perjudicando a los consumidores ya que este producto sería escaso en el mercado nacional, sin embargo dada su demanda se lo cultiva en grandes extensiones con fines comerciales y listo para ser tratados por los laboratorios en sus variadas presentaciones y marcas.

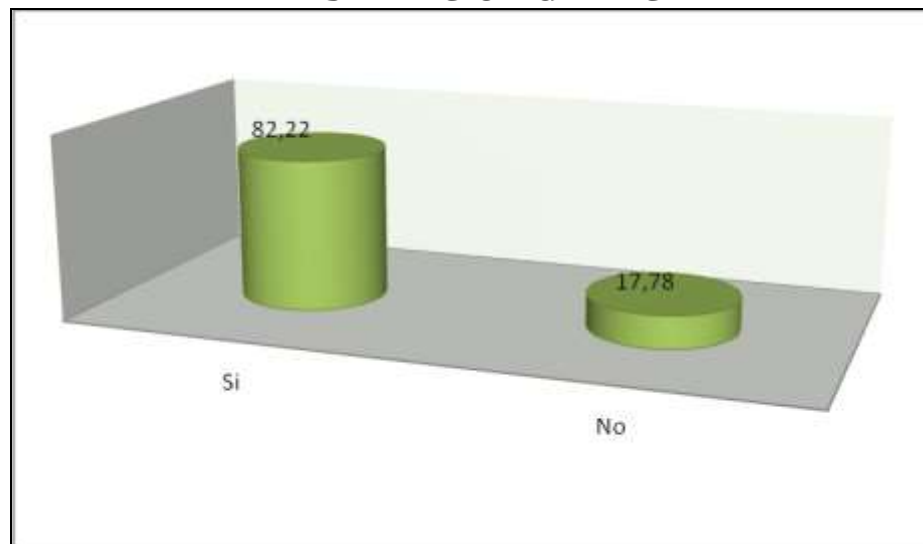
5. **Ustedes los vendedores están dispuestos a apoyar a personas que deseen involucrarse en este esta actividad.**

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	37	82,22
No	8	17,78
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



El 82,22% de los comerciantes de este producto en sus variadas presentaciones, determinaron que estos entes productivos que procesan este producto están dispuestos a apoyar directamente a personas que deseen involucrarse en este tipo de actividad, dadas sus opciones comerciales atractivas y con un ingreso adicional para sus hogares. Mientras que el 17,78% no lo hace, debido a que no se encuentra involucrado con la actividad del procesamiento e industrialización de la stevia; pero es importante que las empresas y laboratorios se diversifiquen en lo referente a sus ventas y elaborados para no estar supeditadas a un solo rubro que puede variar en el mercado dadas las condiciones de la oferta y demanda internacional por este producto sea en estado primario o procesado.

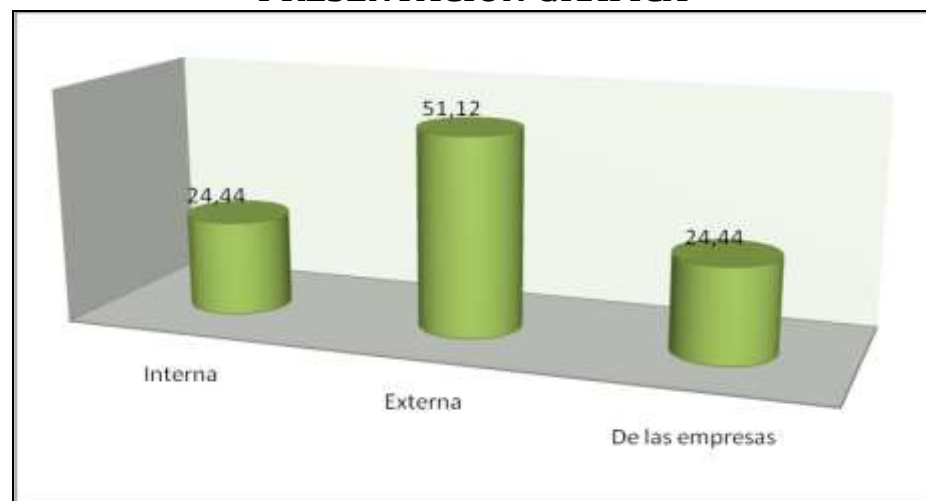
6. Los precios que ustedes pagan por los envíos de este producto están acorde a la demanda:

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Interna	11	24,44
Externa	23	51,12
De las empresas	11	24,44
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



El 51,12% de los comerciantes encuestados indicaron que la empresa donde laboran, está acorde a la demanda principalmente externa, ya que es donde se dirige el mayor volumen de sus producciones, ya sea procesado, natural, envasado. Mientras que el 24,44% señaló a los precios como determinante de la demanda interna, por la existencia de empresas que dirigen los productos a base de stevia al mercado nacional, aunque existe demanda y es consumido por gran parte de los ecuatorianos. También es importante señalar que los precios lo determinan las empresas que son las únicas que procesan este producto y se encargan de distribuirlo a todo el país, según el laboratorio o lugar de expendió, dando lugar a que en muchas ocasiones la demanda supere a la oferta.

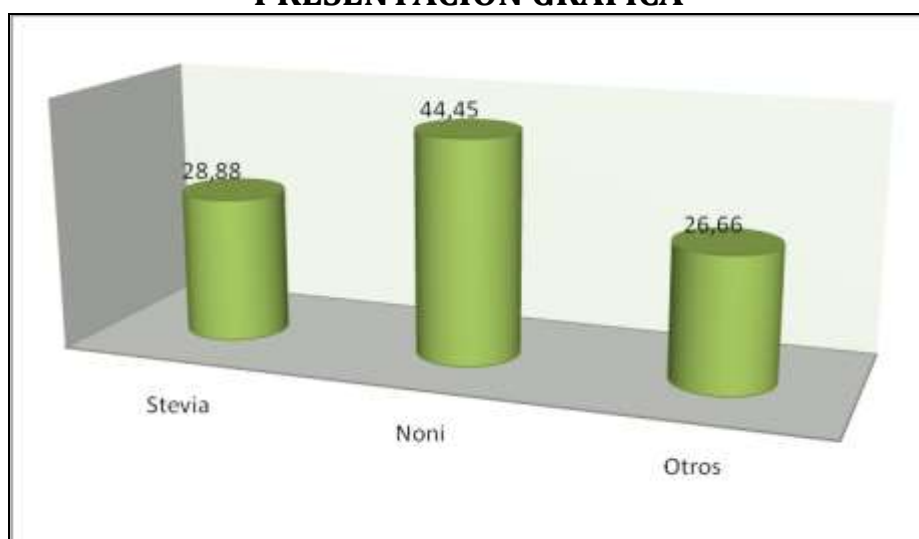
7. En la actualidad este producto natural es el que tiene más acceso al mercado.

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Stevia	13	28,88
Noni	20	44,45
Otros	12	26,66
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados de las encuestas a los comerciantes de productos naturales y convencionales con fines medicinales indicaron que el más demanda comercial tiene, es el noni, por su gran popularidad en nuestro medio, sea como fruta o expandido como producto procesado así lo determinó el 44,45%. Mientras que el 28,88% ubicó a la stevia como rubro de gran demanda a pesar de ser noble en el mercado y el 26,66% a otros (Hierbas medicinales, dulcamara, etc.); este comportamiento se debe a que este rubro tiene sus áreas comerciales seguras y en la actualidad pueden ampliar su rango comercial en el país dada la demanda constante por este producto, debido a sus diversas propiedades medicinales.

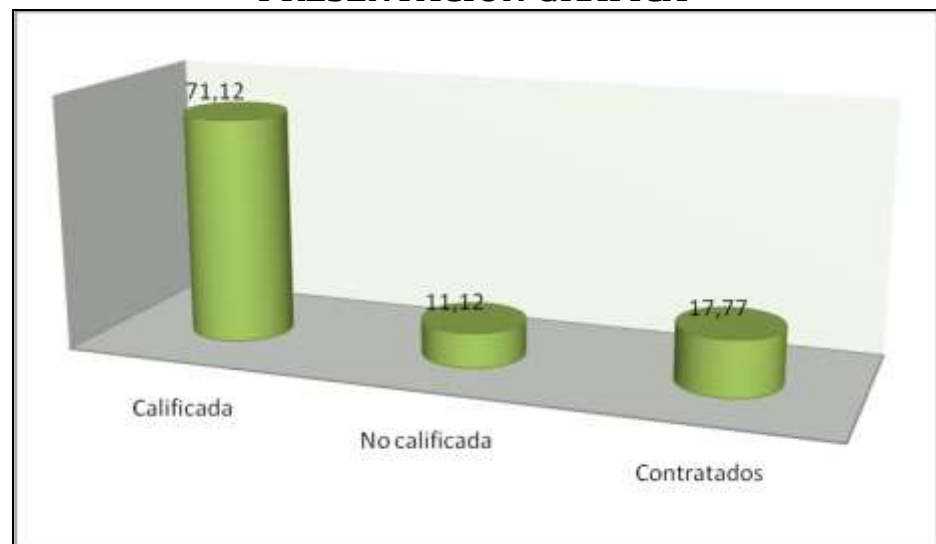
8. Se ha incrementado la mano de obra por el procesamiento de varias especies vegetales como la stevia en el país?

Alternativas	Comerciantes de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Calificada	32	71,12
No calificada	5	11,12
Contratados	8	17,77
Total	45	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados determinaron que el 71,12% de las personas que laboran en estas empresas son de mano de obra calificada debido a las normativas de su procesamiento y su volumen de producción como especies vegetales con propiedades medicinales y procesadas en varias presentaciones. También contratan mano de obra no calificada el 11,12% de estos entes productivos y más bien es personal para tareas rústicas, como carga y descarga de productos. Por otro lado está el personal contratado, que correspondió al 17,77% que se lo hace en las épocas de mayor demanda comercial en el cual la empresa debido a los pedidos tiene que tener una mayor cantidad de personal, dadas las exigencias del mercado por esta especie de gran valor comercial.

4.3. Encuestas realizadas a los consumidores de stevia en sus variadas presentaciones en Manabí.

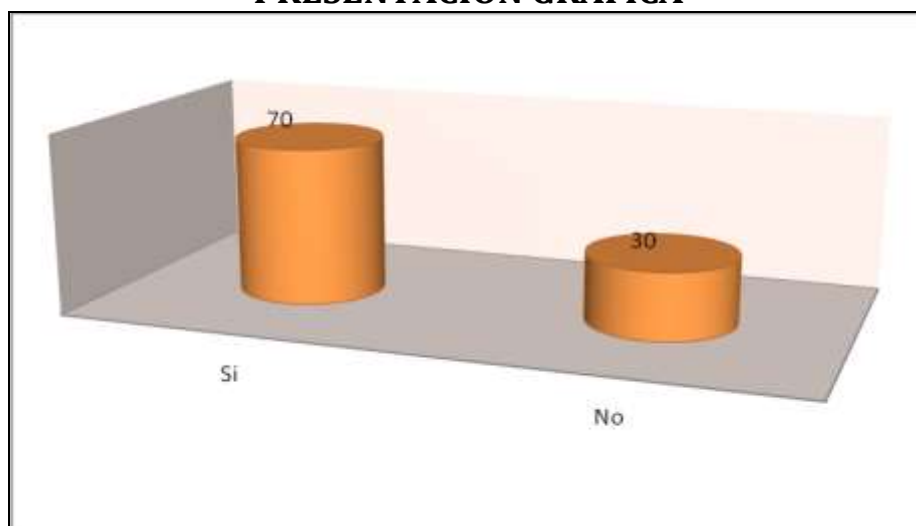
1. Ha consumido stevia en sus variadas presentaciones alguna vez.

Alternativas	Consumidores de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	56	70,00
No	24	30,00
Total	80	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados de las encuestas a los consumidores establecieron que el 70,00% ha consumido la stevia en sus variadas presentaciones (Cápsulas, pastillas, jarabe, fundas de Té y como producto natural) y el 30,00% señaló negativamente. Este indicador permite determinar que este producto de a poco está entrando el mercado nacional teniendo gran acogida por los consumidores e incluso sus precios son accesibles al consumidor que por sus propiedades medicinales lo está consumiendo. Sin embargo a nivel internacional goza de gran prestigio dadas sus propiedades medicinales y cosmetológicas lo que ha permitido un ingreso comercial atractivo en comparación con otras especies de propiedades medicinales.

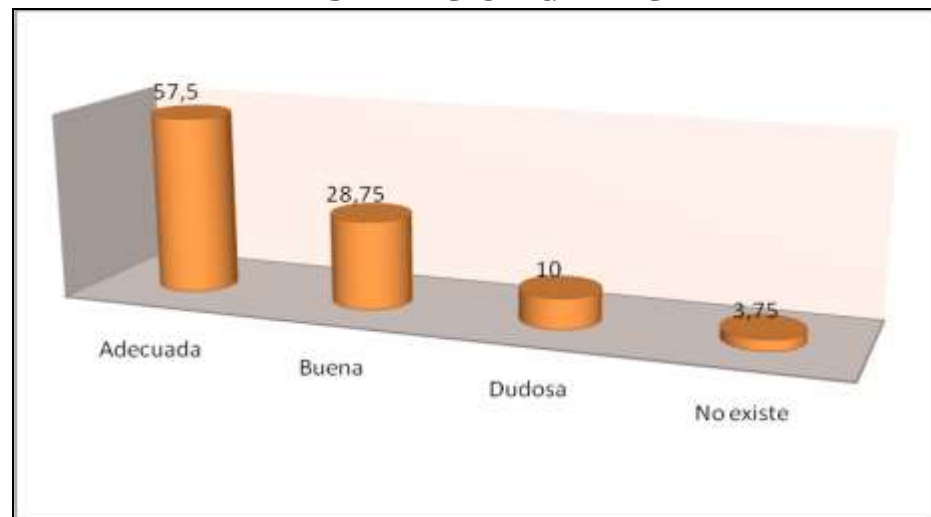
2. Considera Ud que la acción medicinal de la stevia es:

Alternativas	Consumidores de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Adecuada	46	57,50
Buena	23	28,75
Dudosa	8	10,00
No existe	3	3,75
Total	80	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Los resultados de las encuestas a los consumidores de la stevia en sus variadas presentaciones determinaron que el 57,50% lo considera como un producto de acción medicinal adecuado por eso lo ingieren en forma constante; el 28,75% manifestó que su accionar contra enfermedades es buena; el 10,00% dudoso y el 3,75% no hay efectos. Sin embargo a la mayoría de los encuestados lo consideran como un producto natural de gran accionar en el campo medicinal que es consumido en variadas presentaciones lo cual determina el usuario e incluso se exporta a nivel internacional dada sus condiciones como endulzante natural para enfermedades como la diabetes, hipertensión y otras más.

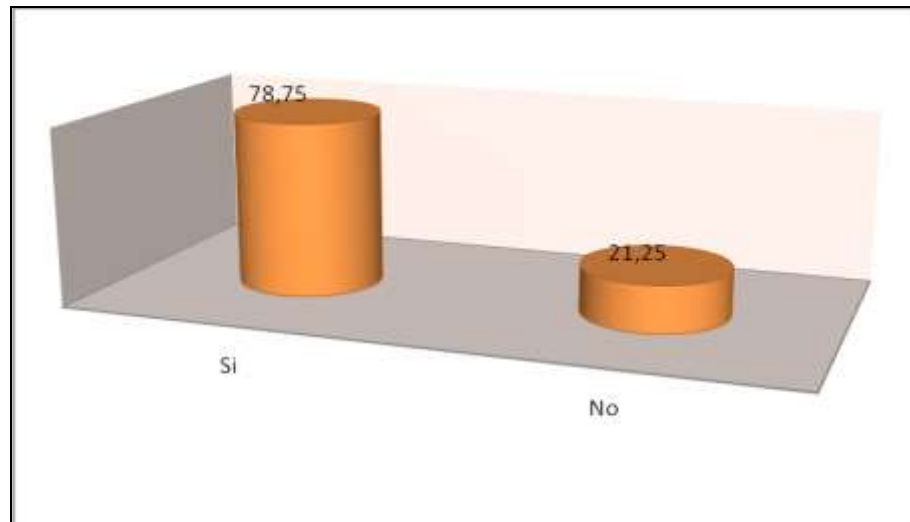
3. Estaría Ud dispuesto a conocer más acerca de esta actividad no tradicional?

Alternativas	Consumidores de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	63	78,75
No	17	21,25
Total	80	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



El 78,85% de los encuestados desean conocer más acerca de esta actividad que la considera novedosa, ya que es un producto natural de grandes beneficios medicinales y los productos provenientes del mercado en sus variadas presentaciones, esta dado por sus precios, factores determinantes para que esta actividad pueda ser sostenible. Por su parte el 21,85% de los encuestados no mostró interés, posiblemente esto se deba a que en nuestro medio cada día se experimenta con nuevos productos naturales, con la finalidad de competir con las medicinas convencionales como mecanismo de supervivencia económica y después de un tiempo dejan de ser novedosos y recurren a otros.

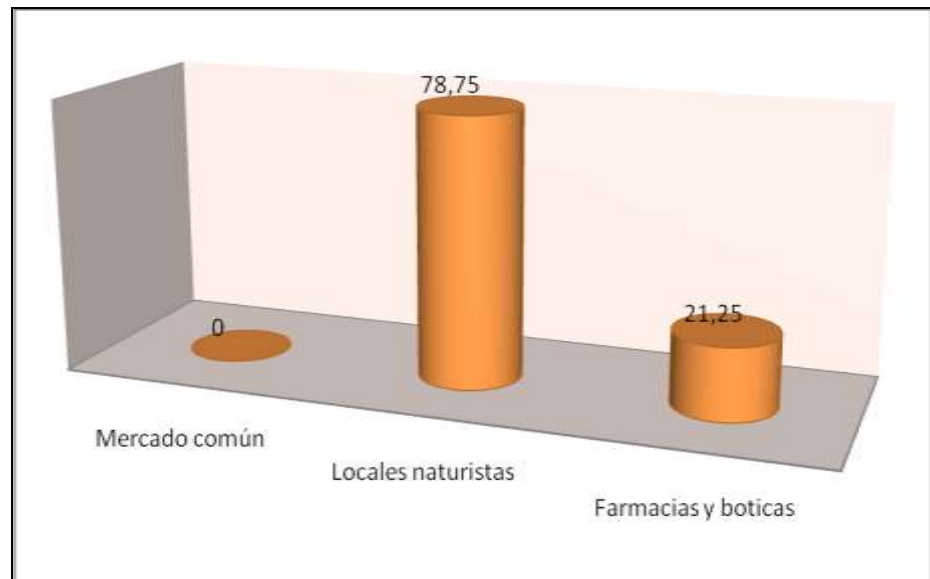
4. Este producto se lo expende en el:

Alternativas	Consumidores de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Mercado común	0	0,00
Locales naturistas	63	78,75
Farmacias y boticas	17	21,25
Total	80	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



Este producto se expende a nivel nacional en locales de venta de productos naturales, así opinó el 78,75% de los encuestados, por su parte el 21,25% manifestó que se lo expende en otros lugares tales como farmacias y boticas. Lo cual nos denota que este producto por ser natural y envasado, dada su presentación es cotizado en estos centros y adquirido por los consumidores que pagan precios accesibles en sus diferentes presentaciones, lo cual denota una preferencia por los productos naturales en la actualidad, dadas las condiciones económicas de nuestro medio y por parte de los pacientes que son tratados con medicinas naturales.

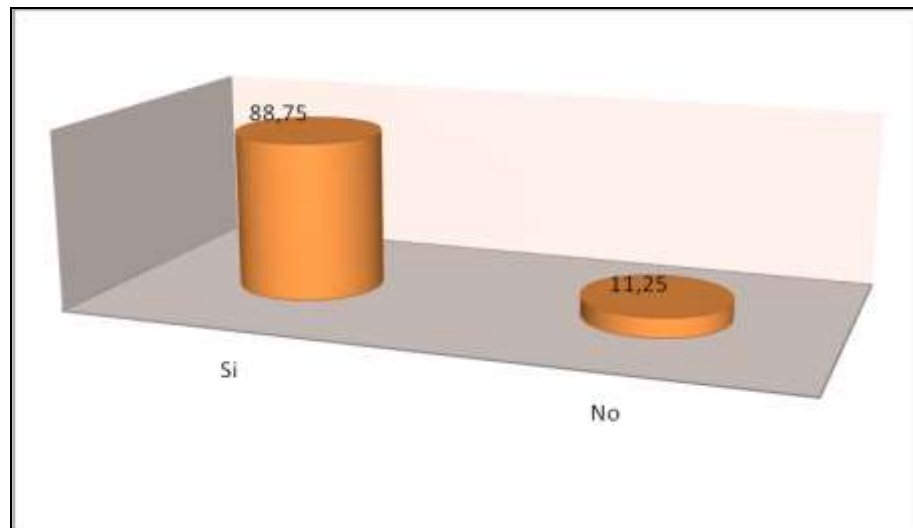
5. Esta Ud de acuerdo que se aplique este tipo de alternativas naturales, como medio de ahorro y competitividad, por precios y calidad, que vaya en beneficio de los usuarios.

Alternativas	Consumidores de Stevia en Manabí	
	Nº	%
Si	71	88,75
No	9	11,25
Total	80	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autores de la investigación

PRESENTACIÓN GRÁFICA



El 88,75% de los consumidores encuestados confirmaron esta variable al indicar que ellos están de acuerdo con que se aplique este tipo de alternativas naturales, como medio de ahorro y competitividad, por precios y calidad, que vaya en beneficio de los usuarios lo que permitiría mejorar el nivel y calidad de vida de muchas personas. Sin embargo el 11,25% no estuvo de acuerdo con esta pregunta, posiblemente este criterio se debe a que existe un desconocimiento social por parte de la mayoría de población ecuatoriana y más bien le atribuyen efectos inmediatos a los productos químicos, aunque la medicina natural se ha convertido en una alternativa para aliviar y curar las enfermedades.

4.4. Comprobación de los objetivos.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas y el análisis referencial y teórico realizado en la presente investigación se pudo analizar que el primer objetivo, en el cual se determinó la importancia de la stevia como rubro primario e industrializado en el país, este fue analizado y se pudo establecer que la actualidad la diversificación de las actividades agrícolas en inversiones e implantación de nuevos productos de origen agrícola con propiedades medicinales es consecuencia directa de la demanda de los mercados internacionales, en donde los precios y niveles de comercio son seguros y dentro de este contexto algunas empresas privadas han incursionado en el cultivo de la stevia que implantado en 1998 como plan piloto en la Península de Santa Elena y Santo Domingo de los Colorados, teniendo como promotor a la empresa PROEXANT (Promotor de Exportaciones No Tradicionales), logrando excelentes resultados, alcanzando un volumen de exportación que en el año 2006 con 473 ton. Así mismo, en las encuestas realizadas los locales de comercialización este producto en sus variadas presentaciones y marcas de este producto, confirmaron, que existe una adecuada comercialización de este producto en sus diferentes presentaciones, lo cual se evidencia que en el mercado de productos de propiedades medicinales y naturales en el país. También se pudo establecer que muchos de ellos tienen más de 5 años en esta actividad, mientras que está otro grupo que se encuentra incursionando apenas un año lo cual es un indicador de lo rentable de esta actividad comercial, que cuenta con precios atractivos y un mercado seguro.

En el segundo objetivo, se determinó la importancia del endulzante natural-medicinal stevia como rubro primario e industrializado en el país, siendo su destino comercial para este producto es el mercado internacional y se estima que las provincias costeras y el Oriente Ecuatoriano se siembra esta especie con fines comerciales, donde las exportaciones de esta especie como endulzante natural se han

incrementado significativamente, de igual forma en las encuestas realizadas a los comerciantes que expenden este producto en locales de venta de productos naturales, farmacias y boticas, indicaron que en nuestro medio esta actividad se ha incrementado debido a sus propiedades medicinales y cosmetológicas comprobadas en el campo científico. En tanto los proveedores consideran que las ventas de stevia en sus presentaciones se han incrementado, como consecuencia de la demanda creciente del mercado nacional, por sus precios estables, contratos y nichos comerciales seguros, parámetros muy importante para que se incrementen las áreas de comercialización de esta especie que en nuestro medio se ha hecho conocer por sus diversas propiedades benéficas, más que todo endulzantes propicias para personas que padecen de diabetes, presión arterial alta y otras, que la consumen en sus diferentes presentaciones y ha permitido obtener tasas de retorno marginales favorables, tanto para las empresas procesadoras como los productores-cultivadores, es decir a todos los involucrados en la cadena de comercialización de esta especie.

En el tercer objetivo se evaluaron, cuantificaron e identificaron los diferentes tipos de presentación de la stevia para su comercialización. en sus diferentes fases, el cual fue validado, ya que a nivel nacional, se efectúa generalmente a nivel de finca., donde el productor vende las hojas al comprador previo convenio o contrato, el mismo que se encarga del transporte y de la comercialización con las empresas radicadas en la ciudad de Guayaquil y Quito para su exportación. Siendo la unidad de comercialización es, por lo general sacos con capacidad de 110 libras, el cual depende del lugar donde se comercializa, y el precio de venta depende de la relación oferta/demanda al momento de la comercialización. Mientras que los proveedores confirmaron, que existen las condiciones de calidad y comerciales para una adecuada comercialización e industrialización de este producto, por sus propiedades y precios alcanzables al consumidor;

también indicaron que la empresa donde laboran, está acorde a la demanda principalmente externa, ya que es donde se dirige el mayor volumen de sus producciones, ya sea procesado, natural, envasado y el que más demanda comercial tiene, es la stevia en los actuales momentos. Mientras que el noni como rubro de gran demanda y otras (Hierbas medicinales) no tienen la misma demanda comercial; este comportamiento se debe a que este rubro tiene sus áreas comerciales seguras y en la actualidad pueden ampliar su rango comercial en el país dada la demanda constante por este producto, debido a sus diversas propiedades medicinales benéficas para la salud humana.

En el objetivo cuarto se determinó la contribución socio económica de esta actividad comercial al país y el aporte al PIB y se pudo establecer que esta ha mantenido un crecimiento que ha estado determinado por las variaciones que han experimentado los diferentes sectores productivos, como consecuencia de las decisiones política-económicas de cada gobierno de turno. La producción agropecuaria nacional, por su actividad propia dedicada a la producción, embalaje, empaque y comercialización de diferentes productos no tradicionales, de cualquier origen en el que se involucra al rubro de la stevia como producto primario e industrializado, incrementó su participación del PIB nacional. De los datos analizados, se desprende que este sector, tiene una significativa importancia en la actividad económica de la provincia y el país, ya que no solo contempla un solo rubro de exportación, sino que agrupa a una diversidad de productos alternativos, siendo una fuente segura de inversión para las empresas procesadoras, incrementando de esta forma el flujo de divisas al Erario Nacional. Así mismo los locales naturales, farmacias y boticas indicaron que en nuestro medio existen nichos comerciales seguros para que esta actividad sea factible. Mientras las personas que laboran en estas empresas son de mano de obra calificada en su mayoría debido a las normativas de su procesamiento y su volumen de producción como

especies vegetales. También contratan mano de obra no calificada, pero este personal está dedicado para tareas rústicas, como carga y descarga de productos. Por su parte los consumidores desean conocer más acerca de esta actividad que la considera novedosa, ya que es un producto natural de grandes beneficios medicinales y los productos provenientes del mercado en sus variadas presentaciones, esta dado por sus precios, factores determinantes para que esta actividad pueda ser sostenible.

4.5. Validación de la hipótesis.

La validación se enfocó a la comercialización e industrialización de la stevia en sus variadas presentaciones aporta al desarrollo socio y económico del país como rubro de exportación, donde se pudo establecer que el crecimiento comercial e industrialización de la stevia se inició a partir del año 2000 y ha tenido gran acogida en el país dadas sus bondades medicinales y cosméticas, actualmente representa el 24% de vegetales industrializados, generando esta actividad 15.000 empleos directos e indirectos, con aprobación del INEN. Estimaciones de las empresas dedicadas a esta actividad indican que en el país existen nueve laboratorios que procesan este producto en varias presentaciones, muy utilizado por los homeópatas y en el tratamiento cosmetólogo, reportando un auge significativo en las ventas, generando utilidades significativas contribuyendo al desarrollo socio económico del país, en las distintas fases de la cadena comercial, como un rubro de gran aceptación por parte de los consumidores. Por su parte los locales naturales, farmacias y boticas indicaron que en nuestro medio existen nichos comerciales seguros y genera empleo directo a los habitantes del sector donde se ejecuta este tipo de actividad comercial, por sus efectos benéficos que produce a las personas quienes lo consumen. Así lo corroboran los consumidores encuestados al indicar ellos, que están de acuerdo con que se que se aplique este tipo de alternativas naturales, como medio de ahorro por precios y calidad, de vida de las personas.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- En el país dado la demanda externa ha obligado a empresarios ecuatorianos a interesarse por cultivos no tradicionales y dentro de este contexto han incursionado en la stevia logrando excelentes resultados, alcanzando un volumen de exportación significativos como productos transformados dadas sus propiedades como endulzante natural.
- La stevia como rubro primario e industrializado se ha llegado a comercializarse grandes volúmenes, y en los últimos años se ha convertido en la principal actividad comercial dentro de los rubros medicinales naturales de origen agrícola que moviliza importantes capitales, constituyendo así una alternativa muy interesante para la generación de recursos económicos en el País.
- Dependiendo de su uso, se la mastica o en infusión la hojas con alto poder de endulzante. Mientras que ya transformado en los laboratorios existentes en el país, este se la comercializa bajo la presentación de jarabes (100cc), pastillas y capsula (Envases plástico o cartón de 30 unidades), cremas (Envases de vidrio de 60 gramos) y en polvo (Hermesetas).
- La comercialización nacional, se efectúa a nivel de finca., donde el productor vende las hojas cosechadas al comprador previo convenio o contrato, el mismo que se encarga de transportar a las empresas radicadas en la ciudad de Guayaquil y Quito para su exportación. Siendo la unidad de comercialización en sacos con capacidad de 110 libras, el cual depende del lugar donde se comercializa, y el precio de

venta depende de la relación oferta/demanda al momento de la comercialización.

- En Manabí, esta actividad se ha establecido mayormente en el cantón El Carmen, como consecuencia directa de la demanda creciente del mercado externo. Por su parte los cantones Pedernales, Pichincha, Flavio Alfaro y Chone tienen áreas de cultivo para su comercialización.
- Este sector ocupa en sus variadas fases a personal calificado y no calificado, que involucran desde la siembra, controles (deshierbas, fertilización, podas, cosecha), transporte, procesamiento, secado y comercialización de las hojas, lo que representa para muchas familias una fuente de ingresos económicos.
- En lo referente al cultivo, comercialización y exportación de los derivados de la stevia industrializada se encuentra sectorizado en la zona tropical y sub-tropical en el país de acuerdo a lo investigado, lo que le ha permitido tener acceso al mercado nacional e internacional, lo que le ha creado un estatus diferente en los países consumidores.

5.2. Recomendaciones.

- En el país no existe una política de fomento aplicada para este sector, que permita una estabilización de precios. Seguido a esto no hay la aplicación de mejoras en la producción por medio de la adquisición de manejo técnico del cultivo, el cual debe estar en función al tamaño del mercado de consumo.
- Se recomienda a entidades como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Empresa Promotora de Exportaciones de Productos no Tradicionales (PROEXANT), Corporación de Promoción de Exportaciones e inversiones (CORPEI), deben apoyar este tipo de

actividad no tradicional de gran demanda internacional, lo cual incide en la balanza comercial e ingreso de divisas al país.

- Se recomienda, realizar un análisis y estudio socio económico, cultural y ambiental de los sectores y zonas más aptas en donde se puedan plantar el cultivo de la stevia de gran valor económico y comercial dirigida al mercado internacional, con la cual se beneficiará a los habitantes de sectores marginados, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.
- Se recomienda a las entidades financieras estatales y privadas que deben apoyar a este tipo de inversión y actividad no tradicional mediante la otorgación de créditos, ya que su inversión inicial es relativamente económica y su rentabilidad es significativa a partir del primer año de plantación del cultivo en adelante y su comercialización es segura, por la demanda existente de países importadores.
- Se recomienda realizar reuniones permanentes con comunidades donde se efectúa este tipo de actividad y mediante cursos de adiestramientos y contratos comerciales con empresas procesadoras poder incrementar los cupos de exportación para esta especie agrícola no tradicional de gran valor económico, con valor agregado.
- Se recomienda hacer conocer a los estamentos competentes y grupos relacionados en áreas ambientales y de protección ecológica en lo relacionado a esta actividad, ya que existen grupos que menosprecian las inversiones aduciendo contaminación y afectación a las plantaciones tradicionales.
- Es necesario iniciar una estrategia para el ingreso al mercado norteamericano, japonés y chileno como producto primario sin tantas exigencias en lo referente a restricciones fitosanitarias.

VI. PROPUESTA

6.1. Título.

SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA STEVIA BAJO TECNOLOGÍA DE SELLO VERDE DIRIGIDA AL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.

6.2. Justificación.

En la actualidad dadas las exigencias de la población por el consumo de especies sanas y naturales con propiedades medicinales y energéticas, en el país existe un incremento en la diversificación de las exportaciones de productos naturales, entre los cuales sobresale la stevia, que es un endulzante natural, donde las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más. Tiene 0 calorías, ideal para los diabéticos ya que regula los niveles de glucosa en la sangre, por lo que se hace importante que sus hojas estén limpias de residuos tóxicos, lo cuales tienen un alto potencial comercial, por ser certificado como un producto “Sello Verde” que en el mercado internacional tiene un precio superior a los convencionales.

En algunos países incluso se utiliza como tratamiento para mejorar la diabetes ya que parece regular los niveles de insulina. Muy aconsejable para perder peso ya que reduce la ansiedad por la comida y al regular la insulina el cuerpo almacena menos grasas. Razones suficientes e imprescindibles para establecer estrategias comerciales orientadas al uso y manejo bajo tecnología orgánica de bajo perjuicio ambiental, que permite asegurar la sostenibilidad de los agrosistemas y la salud humana. Por lo que en esta propuesta se establecerán alternativas que mejoren la calidad y por ende que cumpla con los requisitos comerciales para su exportación en varias presentaciones, con lo que se obtendrían mejores precios, demanda constante en beneficio de todos los actores que involucra a la actividad no tradicional muy importante para la medicina y salud humana.

6.3. Fundamentación Teórica.

Dadas las condiciones del mercado en la obtención de productos limpios y libres de residuos químicos que afectan a la postre a la salud humana, es importante inculcar en los productores, empresarios y exportadores de stevia buscar calidad, mediante el apoyo de entidades del estado y privadas con el fin de asesorar técnicamente, suministrar préstamos acorde a su capacidad de producción y establecer estrategias adecuadas para la comercialización de la stevia, teniendo como meta el mercado internacional, donde los precios son diferenciados en relación a los obtenidos en el mercado nuestro, e incluso esta actividad se muestra como prometedora en la generación de empleos y al mismo tiempo vendrá a engrosar la listas de productos no tradicionales exportables que generan rubros a la balanza comercial del país y al Producto Interno Bruto.

6.4. Objetivos.

6.4.1. Objetivo General.

Determinar la importancia de la aplicación de sistemas de comercialización de la stevia bajo tecnología de sello verde dirigida al mercado nacional e internacional.

6.4.2. Objetivos Específicos.

- Establecer la importancia de la aplicación de la tecnología orgánica como alternativa de comercialización dirigida al mercado nacional e internacional en Manabí.
- Realizar un análisis de las exportaciones y comercialización de la stevia producida con tecnología orgánica y convencionalmente.
- Evaluar la incidencia socio económica en el sector exportador de productos no tradicionales en el ámbito agrícola.
- Identificar los sistemas de comercialización utilizados acorde al tipo de presentación de la stevia en el país.

6.5. Ubicación sectorial.

En lo referente a la capacitación, sobre la importancia de la aplicación de sistema de comercialización de la stevia, se contemplará a empresas relacionadas con este tipo de actividad no tradicional, para lo cual se contará como instituciones tales como: PROEXANT (Promotora de Exportaciones de Productos No Tradicionales), FEDEXPOR (Federación de Exportadores), Corporación de Promoción de Exportaciones e inversiones (CORPEI), Ministerio de Industria, Comercio, Integración y Pesca (MICIP) y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

6.6. Factibilidad.

Previo a los cursos de capacitación a los productores, empresarios y exportadores de la stevia en sus variadas presentaciones y nichos comerciales a nivel de mercado interno y externo, serán ubicadas las instalaciones del sector público del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) de la ciudad de Portoviejo, donde dictarán temas a tratarse todos los fines de semana, durante un mes calendario.

6.7. Resultados.

Estos cursos de capacitación permitirá que los involucrados directos, como son los agricultores-productores, empresarios y exportadores de la stevia, conozcan más acerca de esta problemática y las ventajas y desventajas que diferencian a los productos comercializados con la tecnología y certificación “Sello Verde” a los producidos convencionalmente. Permitiendo al mismo tiempo que reduzcan sus costos de producción en lo referente a la plantación de esta especie y mejoren las tasas de retorno marginales con respecto a su venta. Así mismo se beneficiarán los empresarios y exportadores por la obtención de mejores precios en el mercado internacional, lo que conllevará aún incremento de sus exportaciones y por ende un aporte a la balanza

comercial del país por efectos de las exportaciones de este rubro poco conocido en el medio, pero de gran interés internacional y nacional en el ámbito medicinal.

6.8. Actividades.

Se realizarán cursos de capacitación por sectores (productores agrícolas, empresarios y exportadores) en la provincia de Manabí en el cual participarán técnicos de las entidades públicas y privadas anteriormente nombradas y los cursos se darán cada fin de semana durante un mes calendario y su ejecución, evaluación será abalizada por profesionales de las entidades responsables a su cargo, los cuales otorgarán un certificado previo convenio con empresas certificadoras de este sello de calidad una vez aprobado este curso y visita a lugares de siembra, manejo técnico, procesamiento y exportaciones acorde a los requerimientos de los importadores internacionales.

6.9. Cronograma.

Cronograma de ejecución para la propuesta

TEMAS A TRATAR	1er semana	2da. semana	3er. semana	4ta. semana
Servicio al exportador	X			
Tipo de servicios según las normas de de calidad		X		
Normas de atención según los productos a exportar			X	
Registros a llevar por parte de los empresarios en las normas de calidad y certificación de “Sello Verde” por producto exportado				X

6.10. Recursos.

Se contará con los recursos económicos de las instituciones privadas y estatales anteriormente nombradas las cuales serán las que aporten con los fondos económicos y logísticos necesarios para la ejecución de este curso de capacitación y se considerarán como gasto mensual a los involucrados en estos cursos de capacitación que comprenderá los siguientes puntos:

DETALLE	TOTAL (USD)
10 conferencistas USD 200 c/u	2.000
Alquiler de local/mes	300
Refrigerio a los participantes	500
Material didáctico y de apoyo	500
Otros imprevistos	300
Costo Total	USD 3.600

Una vez realizada la capacitación a los productores, empresarios y exportadores de este edulcorante natural en sus variadas presentaciones acorde a los requerimientos comerciales del mercado interno y externo, se destinarán funcionarios que se encargarán de evaluar y verificar si se utiliza este tipo de tecnología para poder comercializar sus productos en el mercado externo.

VII. BIBLIOGRAFÍA.

- Anuarios de Exportaciones del MICIP. 2006. Quito, Ecuador.
- Anuarios de Exportaciones del MICIP. 2004. Quito, Ecuador.
- agearthecuador@easynet.net.ec
- Biblioteca de Consulta ENCARTA. 2007. Microsoft. Derechos Reservados.
- Capacitación empresarial de la importancia comercial de la stevia. 2005. MICIP y Banco Mundial. Quito, Ecuador.
- Centro del Comercio Internacional. 2004. UNCTAD/OMC. Guayaquil, Ecuador.
- Centro de Trámites de [Exportación](#) – CENTREX. 2004. propiedades medicinales y cosmetológicas de la stevia. Quito, Ecuador.
- CFN. 2005. Normalización de productos agro-industriales. Ecuador.
- Cramona, Sofia (2001), “Efectos de Diferentes tipos de prácticas de manejo y comercialización de la Stevia Rebaudiana Bertoni (Kaá-heé o yerba, tesis de postgrado, Facultad de Agronomía de la Universidad Estatal de Guayaquil. Ecuador.
- CORPEI (Corporación de Promoción de exportación e inversiones). La clave del Comercio Electrónico - [Video World DVDigital®](#). Quito, Ecuador. 2005.
- <http://www.steviaparaguay.com.py/documento-final1.pdf>
- <http://www.herbotecnia.com.ar/aut-stevia.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Anuarios. Quito, Ecuador. 2006.
- Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE). 2006. Manual de exportaciones no tradicionales. Guayaquil, Ecuador.
- Mashaw. 2003. El cultivo comercial de la stevia o hierba dulce y sus perspectivas en el Ecuador.
- www.librosenred.com/ladiabetesycontrolconstevia.asp
- www.cooprodestevia.blogspot.com

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Encuestas realizadas a los proveedores y representantes de las empresas de stevia, en la investigación titulada **ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL-MEDICINAL) Y SU APORTE SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.**

- 1. Comercializa Ud la stevia en sus variadas presentaciones.**

Alternativas

Si

No

- 2. Qué tiempo tiene usted en este tipo de actividad comercial?**

Alternativas

1 año

3 años

5 años

Más de 5 años

- 3. Existe una adecuada comercialización de la stevia en el país en presentaciones de:**

Alternativas

Hojas

Jarabe

Fundas de te

Pastillas y cremas

- 4. Esta actividad se ha incrementado debido a sus efectos medicinales y cosmetólogos.**

Alternativas

Si

No

5. Los precios de la stevia está acorde a sus diferentes presentaciones?

Alternativas

Si

No

6. En el país existen las condiciones de calidad y comerciales para una adecuada comercialización e industrialización de este producto?

Alternativas

Si

No

7. De acuerdo su experiencia considera que los costos conforme su presentación son adecuados?

Alternativas

Si

No

8. Existe la debida demanda en el mercado nacional para este tipo de actividad sea rentable?

Alternativas

Precios estables

Demanda creciente

Nichos comerciales seguros

9. Esta actividad genera empleo directo e indirecto?

Alternativas

Si

No

10. Su consumo produce efectos benéficos para la salud humana?

Alternativas

Si

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

Encuestas realizadas a distribuidores de stevia en sus variadas presentaciones, en la investigación titulada **ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL-MEDICINAL) Y SU APOORTE SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.**

- 1. Cuál de los productos que Ud comercializa provenientes de la stevia tiene mayor demanda comercial:**

Alternativas

Hojas
Jarabe
Fundas de te
Pastillas y cremas

- 2. Entre los productos que Ud comercializa se encuentra siempre derivados de stevia?**

Alternativas

Si
No

- 3. Consideran ustedes que los producto derivados de la stevia con la debida promoción en el país se incrementarán sus ventas?**

Alternativas

Si
No

4. **Se debe apoyar este tipo de actividad mediante la aplicación de cursos, talleres y seminarios?**

Alternativas

Si

No

5. **Ustedes los vendedores están dispuestos a apoyar a personas que deseen involucrarse en esta actividad.**

Alternativas

Si

No

6. **Los precios que ustedes pagan por los envíos de este producto están acorde a la demanda:**

Alternativas

Interna

Externa

De las empresas

7. **En la actualidad este producto natural es el que tiene más acceso al mercado.**

Alternativas

Stevia

Noni

Otros

8. **Se ha incrementado la mano de obra por el procesamiento de varias especies vegetales como la stevia en el país?**

Alternativas

Calificada

No calificada

Contratados

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

Encuestas realizadas a consumidores de stevia en sus variadas presentaciones, en la investigación titulada **ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE LA STEVIA (ENDULZANTE NATURAL-MEDICINAL) Y SU APOORTE SOCIO ECONÓMICO COMO PRODUCTO DE EXPORTACIÓN. PERÍODO 2002-2006.**

- 1. Ha consumido stevia en sus variadas presentaciones alguna vez.**

Alternativas

Si

No

- 2. Considera Ud que la acción medicinal de la stevia es:**

Alternativas

Adecuada

Buena

Dudosa

No existe

- 3. Estaría Ud dispuesto a conocer más acerca de esta actividad no tradicional?**

Alternativas

Si

No

4. Este producto se lo expende en el:

Alternativas

Mercado común
Locales naturistas
Farmacias y boticas

5. Esta Ud de acuerdo que se aplique este tipo de alternativas naturales, como medio de ahorro y competitividad, por precios y calidad, que vaya en beneficio de los usuarios.

Alternativas

Si
No

PRESUPUESTO ECONÓMICO.

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNITARIO	TOTAL PARCIAL
Especies valoradas	Unidades	15	1.50	22.50
Transporte	Mensual	6	55.00	330.00
Alimentación	Unidad	2	147.50	295.00
Internet	Horas	120	1.50	180.00
Materiales:				
Hojas de papel	Resma	3	3.95	11.85
Marcadores	Unidad	10	0.90	9.00
Lapiceros	Unidad	5	0.50	2.50
Diskettes	Caja	1	0.75	0.75
Papelográficos	Unidad	10	0.35	3.50
Cuadernos	Unidad	2	4.00	8.00
Alquiler de infocus	Horas	2	15.00	30.00
Fotocopias	Unidad	4.000	0.02	80.00
Empastado de Tesis	Unidad	7	3.50	24.50
Impresión y transcripción	Unidad	800	0.03	24.00
Seminario	Unidad	2	30.00	60.00
Derechos de grado	Unidad	2	15.00	30.00
Título	Unidad	2	150.00	300.00
Imprevistos				100.00
TOTAL				1.511,60

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES VALORADO

ACTIVIDADES	Tiempo en Meses							RECURSOS			
	1	2	3	4	5	6	7	Humano	Materiales	Otros	Costos
Elaboración de instrumentos y recolección de información	X	X						Autores de tesis (2)	Hojas de papel xerox e Internet Seminario	Seminario Alimentación y transporte	USD 322.50
Organización y selección de la información recopilada		X	X					Autores de tesis (2)	Lapiceros, marcadores diskettes, cuadernos	Imprevistos y Transporte	USD 215.60
Tabulación de resultados y elaboración del informe final.			X	X				Autores de tesis (2)	Copias	Transporte e imprevistos	USD 270.00
Definición de hallazgos y Elaboración del informe preliminar				X	X			Autores de tesis (2)	Copias	Transporte e imprevistos	USD 265.00
Revisión y corrección final de la tesis	X	X	X	X	X	X	X	Autores de tesis (2)	Impresión Transcripción	Empastado, derechos, otros	USD 378.50
Asesoramiento del Director de Tesis y de los Miembros del Tribunal de Seguimiento y Evaluación.						X	X	Autores de tesis (2)	Especies valoradas	Alquiler de Infocus	USD 60.00

° En todas las fases de la investigación intervendrá el Director de Tesis.

