

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL

TESIS

Potencial de exportación de la stevia al mercado de Japón y su incidencia económica en los agricultores del departamento de Cajamarca

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

Presentado por:

WILFREDO EMILIO CHÁVEZ FLORES

Asesor

Dr. ALEJANDRO VÁSQUEZ RUIZ

Cajamarca, Perú

2018

COPYRIGHT © 2018 by
WILFREDO EMILIO CHÁVEZ FLORES
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL

TESIS APROBADA

Potencial de exportación de la stevia al mercado de Japón y su incidencia económica en los agricultores del departamento de Cajamarca

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

Presentado por:

WILFREDO EMILIO CHÁVEZ FLORES

Comité Científico

Dr. Alejandro Vásquez Ruiz
Asesor

Dr. Julio Sánchez de la Puente
Presidente del Comité

M.Cs. Lennin Rodríguez Castillo
Primer Miembro Titular

M.Cs. Norberto Barboza Calderón
Segundo Miembro Titular

Cajamarca, Perú

2018



Universidad Nacional de Cajamarca

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

Escuela de Posgrado

CAJAMARCA - PERÚ

ACTA DE SUSTENTACIÓN PÚBLICA DE TESIS

Siendo las 11:00 de la mañana del día 14 de marzo de 2018, reunidos en el Auditorio de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, los miembros del Jurado Evaluador presidido por el **Dr. JULIO SÁNCHEZ DE LA PUENTE**, y como Miembros del Jurado Evaluador, **M.Cs. LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO** y **M.Cs. NORBERTO BARBOZA CALDERÓN**, en calidad de Asesor **Dr. ALEJANDRO VÁSQUEZ RUIZ**; actuando de conformidad con el Reglamento de la Escuela de Posgrado, se dio inicio a la **SUSTENTACIÓN PÚBLICA** de la tesis titulada "**POTENCIAL DE EXPORTACIÓN DE LA STEVIA AL MERCADO DE JAPÓN Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA EN LOS AGRICULTORES DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA**", presentada por el **Bach. en Ciencias Administrativas WILFREDO EMILIO CHÁVEZ FLORES**, con la finalidad de optar el Grado Académico de **MAESTRO EN CIENCIAS**, en la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó... APROBAR la mencionada Tesis con la calificación de EXCELENTE (DIECIOCHO) (18); en tal virtud el alumno **Bach. en Ciencias Administrativas WILFREDO EMILIO CHÁVEZ FLORES**, está apto para recibir en ceremonia especial el Diploma que la acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, en la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EMPRESARIAL**.

Siendo las 12:35 horas del mismo día, se dio por concluido el acto.

Dr. Julio Sánchez De La Puente
JURADO EVALUADOR

Dr. Alejandro Vásquez Ruiz
ASESOR

M.Cs. Lennin Rodríguez Castillo
JURADO EVALUADOR

M.Cs. Norberto Barboza Calderón
JURADO EVALUADOR

DEDICATORIA

A Rosita, mi noble y leal compañera, a Brenda Milagros y Karla Belén, mis hijas maravillosas, que me estimulan a seguir adelante.

A Yolanda, mi madre, por su espíritu guerrero y su apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

A María, mi querida suegra, que partió a la eternidad, por su apoyo invaluable

A mis hermanos, por demostrar que no hay límites y que todo se puede, y por haber hecho de la perseverancia su forma de vivir.

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, que siempre me acompañaron y brindaron el apoyo suficiente durante todo el proceso de formación académica.

Por último, pero no menos importante, a todos mis compañeros y amigos con los que compartimos momentos inolvidables en el transcurso de nuestra formación profesional, lo cual me ayuda a recordar que nunca debemos darnos por vencidos en la vida y que nunca estamos solos.

EPÍGRAFE

Aquellos que piensan que no tienen tiempo para una alimentación saludable, tarde o temprano encontrarán tiempo para la enfermedad.

Edward Stanley

Nuestra comida debería ser nuestra medicina y nuestra medicina debería ser nuestra comida.

Hipócrates

ÍNDICE GENERAL

Carátula	i
Hoja en blanco	ii
Contra carátula	iii
Copyrigh	iv
Acta de sustentación	v
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Epígrafe	ix
Índice general	x
Índice tablas	xiii
Índice de gráficos	xv
Abreviaturas	xvii
Glosario	xviii
Resumen	xxi
Abstract	xxii
CAPÍTULO I: Introducción	1
Planteamiento del problema	1
1.1.1. Contextualización.....	1
1.1.2.Descripción del problema.....	2
1.1.3. Formulación del problema.....	3
1.2. Justificación e importancia.....	4
1.2.1. Justificación teorica.....	4
1.2.2. Justificación técnica – práctica.....	4
1.2.3. Justificación social	5
1.2.3. Justificación metodológica	6

1.3. Delimitación de la investigación.....	6
1.4. Limitaciones	6
1.5. Objetivos	7
1.5.1. Objetivo general.....	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II: Marco Teórico	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.2. Marco doctrinal de las teorías particulares	21
2.4. Marco conceptual.....	27
CAPÍTULO III: Planteamiento de la hipótesis y variables	39
3.1. Hipótesis	39
3.1.1. Hipótesis general	39
3.1.2. Hipótesis específicas	39
3.2. Variables y categorías	39
3.3. Operacionalización/categorización de los componentes de las hipótesis	40
CAPÍTULO IV: Marco metodológico	42
4.1. Ubicación geográfica	42
4.2. Diseño de la investigación.....	42
4.3. Método de investigación	42
4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación.....	43
4.4.1. Población y muestra	43
4.4.2. Unidad de análisis.....	44
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información	44
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	44
4.7. Equipos, materiales, insumos.....	45
4.7.1. Equipos.....	45
4.7.2. Materiales	45
4.7.3. Insumos	45
4.8. Matriz de consistencia metodológica	45

CAPÍTULO V: Resultados y discusión	47
Conclusiones	69
Recomendaciones y/o sugerencias	70
Referencias bibliográficas	71
Apéndices	73

LISTA DE TABLAS

N°	Nombre	Pág.
01	Consumo potencial de stevia	35
02	Consumo anual y demanda satisfecha de stevia	37
03	Operacionalización de la hipótesis	41
04	Matriz de consistencia metodológica	46
05	¿Cree Ud. que la demanda de stevia tiene un incremento de sus índices de demanda en el mundo?	47
06	¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?	48
07	¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?	49
08	¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?	50
09	¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado Japón?	51
10	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado japonés mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?	52
11	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón el nivel de ingresos de los agricultores de stevia de Cajamarca?	53
12	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?	54
13	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia para el mercado de Japón?	55

14	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia para el mercado de Japón?	56
15	¿Cree Ud. que la demanda de stevia tiene un incremento de sus índices de demanda en el mundo?	58
16	¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?	59
17	¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?	60
18	¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?	61
19	¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?	62
20	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará su capacidad económica?	63
21	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón su nivel de ingresos?	64
22	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado japonés mejorará su nivel de vida?	65
23	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia al mercado de Japón?	66
24	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia al mercado de Japón?	67

LISTA DE GRÁFICOS

N°	Nombre	Pág.
01	¿Cree Ud. que la demanda de stevia tiene un incremento de sus índices de demanda en el mundo?	48
02	¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?	49
03	¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?	50
04	¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?	51
05	¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?	52
06	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia mercado de Japón mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?	53
07	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón el nivel de ingresos de los agricultores de stevia de Cajamarca?	54
08	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?	55
09	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia para el mercado de Japón?	56
10	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia para el mercado de Japón?	57
11	¿Cree Ud. que la demanda de stevia tiene un incremento de sus índices de demanda en el mundo?	58

12	¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?	59
13	¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?	60
14	¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?	61
15	¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?	62
16	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado japonés mejorará su capacidad económica?	63
17	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón su nivel de ingresos?	64
18	¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará su nivel de vida?	65
19	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia al mercado de Japón?	66
20	¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia al mercado de Japón?	67

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

DIGESA: Órgano técnico-normativo en los aspectos relacionados al saneamiento básico, salud ocupacional, higiene alimentaria, zoonosis y protección del ambiente.

INCAGRO: Instituto Nacional de Investigación Agraria

ONG: Organismo No Gubernamental

SENASA: El Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA, organismo público descentralizado del Ministerio de Agricultura de Perú, con autonomía técnica, administrativa, económica y financiera.

GLOSARIO

Certificado de Origen:

Es el documento emitido en el formato oficial establecido, en los diferentes esquemas de preferencias y/o acuerdos comerciales, y que sirve para acreditar el origen o procedencia de las mercancías, basadas en las normas de origen en cumplimiento de los requisitos y, por ende, acogerse a los beneficios concedidos a nuestro país.

Certificado Fitosanitario:

Certificado oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material vegetal inspeccionado se considera exento de plagas.

Certificado de HACCP:

La certificación Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) le permite demostrar su compromiso con la seguridad alimentaria y la satisfacción del consumidor, como también la continua mejora de la imagen corporativa, integrando las realidades de un mundo cambiante.

Ciclamato:

Es un edulcorante no calórico descubierto en 1937, que ha sido considerado hasta 50 veces más dulce que otros endulzantes bajos en calorías.

Edulcorante:

Viene de la palabra latina “dulcor” que significa dulzor. Los edulcorantes son sustancias capaces de endulzar un alimento, una bebida o un medicamento, dándole un sabor dulce.

Edulcorantes calóricos:

Uno de los edulcorantes más conocidos en nuestro medio es el azúcar. Dentro del mercado del azúcar se diferencian dos tipos principales de productos: el azúcar crudo y el azúcar blanco. El azúcar crudo se produce solamente de caña

de azúcar, mientras que el azúcar blanco se produce tanto de caña de azúcar como de remolacha azucarera.

Edulcorantes no calóricos sintéticos:

Los edulcorantes artificiales tienen características comunes: muy bajos en calorías, reducen el contenido energético global, aportan poco o ningún nutriente al organismo.

Edulcorantes no calóricos naturales:

Son productos naturales libre de efectos nocivos para los consumidores, y que a su vez cumpla con las funciones tanto del azúcar como de los edulcorantes artificiales.

Hipoglucemiante:

(Fitoterapia), rebaja la cantidad de azúcar de la sangre.

Producción:

Es el proceso de transformación social de la naturaleza, mediante el trabajo y el capital, en objetos con valor de uso y de cambio.

Proxeronina - xeronina:

Proxeronina ayuda a normalizar el funcionamiento anormal de las células, un compuesto bioquímico esencial que las células luego se reúnen en un alcaloide llamado xeronina.

Stevia:

Nombre científico Rebaudiana Bertoni, es un arbusto cuyas hojas producen endulzantes naturales 200 veces más dulce que el azúcar.

Steviósido:

Es uno de los azúcares obtenidos naturalmente, son unos glúcidos, diterpeno de masa molecular 804,80. Es una molécula muy compleja, que contiene 38 carbonos, 60 hidrógenos y 18 oxígenos. Es levógiro (31,8 en forma anhidra), su punto de fusión es de 238 °C, su nombre completo es 13-O-beta-soforosil-19-O-beta-glucosil-steviol.

Sustancias hidrosolubles:

Sustancias solubles en agua y presentes en las partes acuosas de los alimentos tales como minerales, aminoácidos e hidratos de carbono.

Trader

Es una persona física o entidad que se encarga de comprar y vender instrumentos financieros de todo tipo. Un trader es un agente que puede funcionar como intermediario, operador de cobertura y especulador. Un trader puede trabajar por cuenta propia o bien pertenecer a una entidad financiera, un banco o un fondo de inversión, entre otras instituciones.

RESUMEN

La presente investigación, en su propósito de buscar identificar el potencial exportador de la stevia cajamarquina al mercado japonés, encontró que la demanda es cada vez más creciente a nivel local, nacional y a nivel mundial; especialmente el Japón que es uno de los países que más demanda este edulcorante natural como una política de cuidado de la salud, para disminuir los índices de obesidad y sobre todo por consumo de productos ecológicos.

Para ello, se aplicó el instrumento del cuestionario con la técnica de la encuesta que se aplicó a 15 traders y 20 agricultores elegidos aleatoriamente de la población muestral de esta investigación; a lo cual se sumó la investigación bibliográfica para identificar la oferta y la demanda de la stevia en el mercado japonés.

Asimismo, se utilizó el método inductivo y deductivo para poder obtener las conclusiones y recomendaciones correspondientes, que a juzgar por las evidencias indican un mercado japonés atractivo, con un índice de crecimiento anual promedio de 4% del 2006 al 2015, lo cual se convierte en una oportunidad de negocios sumamente atractiva para fortalecer las capacidades de los productores para que puedan internacionalizarse.

Palabras clave: Edulcorante, stevia, ecológico, mercado japonés, productores, Cajamarca.

ABSTRACT

The present research, in its attempt to identify the potential exporter of stevia cajamarquina to the Japanese market, found that the dairy is increasingly growing locally, nationally and globally; Especially Japan, which is one of the countries that most demand this natural sweetener as a politics of health care, to reduce the rates of obesity and especially by consumption of organic products.

To do this, the questionnaire instrument was applied with the survey technique that was applied to 15 traders and 2^o farmers randomly chosen from the sample population of this research; To which the bibliographic research was added to identify the supply and demand of stevia in the Japanese market.

Likewise, the inductive and deductive method was used to obtain the corresponding conclusions and recommendations, which, according to the evidence, indicate an attractive Japanese market, with an average annual growth rate of 4% from 2006 to 2015, which becomes to judge attractive business opportunity to strengthen the capacities of producers so that they can internationalize.

Key words: Sweetener, stevia, ecological, Japanese market, producers, Cajamarca.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

La stevia es una planta fácil de cultivar, que inclusive se puede tener en la terraza o jardín, que tiene propiedades edulcorantes naturales que la constituyen en la preferida de los consumidores que anhelan cuidar su salud porque es dulce y apta para diabéticos.

Cajamarca, por sus microclimas y sus tierras fértiles y amigables a este cultivo, presenta un enorme potencial para que los agricultores de las zonas de Chota, San Ignacio y Jaén puedan incrementar su cultivo e inclusive priorizarlo como un cultivo alternativo y de esta manera tengan una mejora en su nivel económico y vida en general porque la demanda de esta planta edulcorante es cada vez más creciente y además porque la stevia se utiliza ampliamente como un edulcorante en el Japón y en Chile, y está ahora disponible en Canadá como un suplemento dietético.

Aunado a este contexto atractivo de producción en Cajamarca, la comercialización presenta un gran potencial para poder incursionar en el mercado internacional, con enormes posibilidades de buenos precios y gran acogida por parte de los clientes de todo el mundo, especialmente de Japón que es temática de la investigación.

1.1.2. Descripción del problema

La biodiversidad del Perú, así como su multiplicidad de climas y suelos le otorgan ventajas comparativas, que permiten cultivar y ofrecer productos, que pueden satisfacer los cada vez más exigentes estándares de calidad del consumidor internacional en general y en particular el mercado de Japón.

Una de las oportunidades de la agro exportación actual, se encuentra en la tendencia mundial de la población hacia el consumo de productos dietéticos y naturales. En suma, se presenta una tendencia general y sostenida a favor de la sustitución de la sacarosa por edulcorantes no calóricos como es la stevia en sus diferentes presentaciones comerciales.

Los edulcorantes derivados de la stevia tienen la propiedad de no ser metabolizantes para el organismo, de manera que constituyen una alternativa natural que la diferencia de los productos artificiales en el mercado de los edulcorantes no calóricos.

La stevia es una planta medicinal con muchos beneficios para las personas que sufren de diabetes, colesterol, obesidad, etc. También es un edulcorante que se puede introducir en la industria farmacéutica para ser usada en medicinas para disminuir el nivel de azúcar en la sangre.

Ante este contexto promisorio y atractivo, aunado a los momentos de una globalización en apogeo, la exportación de la stevia es una gran oportunidad de negocio para los agricultores cajamarquinos que redundará en el incremento del nivel de empleo, incremento de las exportaciones y mejora de la capacidad adquisitiva de los involucrados de la región. Si a ello le agregamos que Cajamarca está atravesando por una recesión y desaceleración económica

producto del descenso de la actividad minera, definitivamente nos encontramos ante una gran oportunidad de salir adelante.

En tal sentido, la presente investigación analiza las potencialidades exportadoras de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, como una alternativa para solucionar la problemática económica de los agricultores del departamento y sobre todo para ir sentando las bases para el desarrollo de la agroindustria que permita a la población no depender única y exclusivamente de la actividad minera.

1.1.3. Formulación del problema

- **Pregunta general**

¿De qué manera el potencial exportador de la stevia cajamarquina al mercado de Japón incide económicamente en los agricultores del departamento de Cajamarca?

- **Preguntas auxiliares**

- ¿Cuál es la situación actual de la oferta exportable de la stevia cajamarquina al mercado de Japón?
- ¿Cuál es la situación actual de la demanda de la stevia cajamarquina al mercado de Japón?
- ¿Cuál es la situación económica de los agricultores de la stevia en el departamento Cajamarca?

1.2. Justificación e importancia

La presente investigación es importante porque permite diagnosticar el potencial exportador de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, como una opción ante la desaceleración económica que se viene atravesando en el departamento de Cajamarca, debido a los problemas políticos y sociales.

Esta investigación sirve para aquellos pequeños productores de stevia de Cajamarca y de las diversas zonas de nuestro país, quienes podrán conocer el gran potencial exportador que tiene la stevia hoy en día.

1.2.1. Justificación teórica

Permite conocer los procedimientos y trámites pertinentes para la industrialización y comercialización masiva de la stevia en el Perú, sobre todo en Cajamarca y así poder exportarla a diversos mercados internacionales, entre los cuales uno de los de mayor demanda es el mercado de Japón.

Proporcionará información relevante acerca de los procedimientos y trámites, así como de las oportunidades de exportación que existen hacia el mercado de Japón.

1.2.2. Justificación técnica - práctica

La presente investigación beneficia de manera directa a los agricultores cajamarquinos, ya que van a contar con información de la oferta y demanda, así como de las condiciones y procedimientos para exportar; con mayor razón si se sabe que el cultivo de la stevia es considerado como un rubro adicional a ser utilizado en beneficio de la diversificación agrícola del pequeño productor, no se presenta como un cultivo que desplace a cultivos de renta tradicionales

como: el café, plátano, piña, etc.; sino más bien como un rubro complementario que permitirá, para el agricultor, tener un ingreso adicional en periodos en que otros cultivos no lo hacen. Últimamente hay una creciente intención de considerar al cultivo de la stevia como un rubro alternativo al de la coca, lo cual realza su importancia ya que estaría solucionando un tema social.

Esta investigación es útil para el país, pues con la masificación de la producción y comercialización de la stevia se determinarán estándares de los procesos y controles de calidad para su cultivo y posterior exportación, obviamente cumpliendo lo requerido por mercados exigentes y con una gran demanda como Japón, con la consecuente mejora de la balanza comercial y el ingreso de divisas.

1.2.3. Justificación Social

Permitirá lograr el mayor desarrollo local de los agricultores de la stevia debido a la evidente oferta exportable para el mercado potencial de Japón y que con la comercialización se ven beneficiados con una mejora económica y obviamente social.

Asimismo, beneficiará al sector de la Salud y de manera directa a los actuales y potenciales consumidores del producto, quienes deben o deseen controlar la ingesta de azúcares tradicionales, principalmente por problemas de salud como: diabéticos, personas con problemas de obesidad o que simplemente deseen bajar de peso (como es el caso de Japón y USA que cuentan con mayores índices de personas con estos problemas).

1.2.4. Justificación Metodológica

Se justifica, porque las técnicas y métodos utilizados, pueden ser sometidos a validez y confiabilidad, constituyéndose en un antecedente que puede servir para otros estudios con variables similares o aplicarlo a situaciones similares en contextos diferentes de la investigación

1.3. Delimitación de la investigación

- **Delimitación geográfica:**

La presente investigación se realizó en las ciudades de Paita (Traders), y en las provincias de San Ignacio, Jaén y Chota, a los agricultores de stevia.

- **Delimitación temporal:**

La duración del estudio es aproximadamente un año: de enero a diciembre del año 2017.

- **Delimitación socio demográfica:**

La presente investigación ha tenido como unidad de análisis, a los traders y a los agricultores de stevia en las provincias de San Ignacio, Jaén y Chota en el año 2017.

1.4. Limitaciones

Geográficas:

En este aspecto existe un gran inconveniente, ya que requiere movilizarse a otras ciudades como Paita para contactarse con traders y agentes de aduana, y así recolectar información necesaria para la investigación en las zonas productoras de Cajamarca como San Ignacio, Jaén y Chota.

Prácticas:

Como en todo trabajo de investigación, la principal limitación está al aplicar las encuestas, debido al escaso conocimiento que tienen los agricultores de la Stevia. Esta carencia de conocimientos limitó en muchos casos a las personas para que no estén dispuestas a responder el cuestionario.

En cuanto a los traders la limitación de tiempo por las múltiples ocupaciones de estos especialistas.

1.5. Objetivos**1.5.1. Objetivo general**

Diagnosticar las potencialidades de exportación de la stevia al mercado de Japón y su incidencia económica para los agricultores de stevia del departamento de Cajamarca.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar la potencial demanda de la stevia en el mercado de Japón.
- Identificar la potencial oferta exportable de la stevia al mercado de Japón.
- Identificar la incidencia económica en los agricultores por la exportación de la stevia al mercado de Japón.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A Nivel Internacional

A. Villarreal, (2013). “Proyecto de inversión para la creación de una empresa dedicada a la industrialización de la stevia en la Provincia de Santa Elena”. La Libertad – Ecuador. (Tesis de licenciatura). Universidad Estatal Península de Santa Elena titulada. Concluye:

- Los habitantes de la provincia de Santa Elena consumen por lo general azúcar para endulzar sus alimentos, porque es un producto posicionado en la mente de los consumidores, adquiriéndolo en los distintos comisariatos existentes en la península, en los mercados y en las tiendas ubicadas en las cercanías de sus hogares.
- Para cubrir las 26.141 personas de la demanda efectiva para el primer año, se debe adquirir 2.400 kilos de cristales de lo que implica obtener 24.000 kilos de hojas secas, que según los estudios del mercado esa es la cantidad con la cual podemos ingresar al mercado meta. El producto a ofrecer en el mercado reducirá el índice de diabetes y obesidad en las personas, mejorando la calidad de vida, debido a las bondades medicinales y curativas que posee la stevia.
- Para lograr una participación más efectiva en el mercado peninsular se debe desarrollar estrategias de posicionamiento del producto a través de un plan de marketing, realizando un seguimiento continuo a las ventas,

para poder determinar las ventajas y desventajas de ofrecer dicho producto y que acciones más adelante se pueden ejecutar para mejorar.

- La ubicación de la planta será en el recinto Los Cerritos perteneciente a la comuna San Rafael, siendo una zona ideal por encontrarse cerca de las áreas de cultivo, que favorece disminuyendo los costos de transportación de la materia prima, además que dispone de los diferentes insumos complementarios (agua, luz, mano de obra y vías de acceso) que son importantes para la implementación del proyecto.
- El proyecto está elaborado con el fin de brindar una oportunidad de negocio, promover la agroindustria con un producto nuevo y de aceptación en el mercado, creando fuentes de trabajo debido a la cantidad de empleos que generará, mejorando la calidad de vida de los habitantes y la economía de la provincia.
- Para llevar a cabo el proyecto se requiere una inversión inicial de \$320.946,25 que será financiado el 45% por la Corporación Financiera Nacional y el 55% por los cinco socios de la empresa. Los indicadores calculados para un período de cinco años demuestran que el proyecto es viable debido a que se tiene una TIR del 42% comparada con una tasa de descuento del 12%, un VAN de \$825.882,88 y una relación Beneficio/Costo de 1,24. Cabe mencionar que en ninguno de los años de estudio se tienen utilidades netas negativas y la inversión será recuperada en 3 años aproximadamente

B. Urbina, (2013). "Industrialización y comercialización de endulzante natural stevia, para uso instantáneo en Nicaragua". (Tesis de maestría) Universidad de Chile. Concluye:

De acuerdo a los estudios realizados a la información analizada para el desarrollo de la presente tesis, se ha concluido lo siguiente:

- La introducción de un producto alternativo al azúcar bajo en calorías al mercado nicaragüense, resulta viable ya que el consumo de estos tipos de productos presenta una tendencia creciente en los próximos años, en línea con el resto de los países de la región.
- Los hábitos de las personas están cambiando; las personas se hacen cada día más conscientes de su salud y de los productos que adquieren y consumen. Los que los hace prestar más atención a los contenidos de los alimentos ingeridos y de su huella medio ambiental. Esto es principalmente en los segmentos de clase media y alta.
- Para poder llegar a los consumidores potenciales, es de suma importancia establecer contratos con distribuidores, ya que ellos son los que tienen el músculo y capacidades para poder llegar a los canales de ventas establecidos; y a su vez de instaurar contratos claros y concisos con proveedores, con los que se pueda cubrir ante cualquier eventualidad.
- El precio de venta establecido propone una holgura en los márgenes del distribuidor y del vendedor. Dichos precios se obtuvieron en base a cálculos que se ajusta por debajo del 70 precio promedio del mercado. Sin embargo, los márgenes que se proyectan recibir, se encuentran dentro de los esperados.
- Las estrategias y campañas de marketing desarrolladas en el modelo de negocio, son de suma importancia, para poder llegar al cliente objetivo y a su vez que se adapte a las necesidades del mismo, con el fin de ofrecerle un producto que satisfaga sus necesidades.

- La planta estará ubicada en el km 10 Carretera Sur (Carretera Panamericana) Managua, Nicaragua. Dicha ubicación es estratégica, ya que se encuentra muy cerca de todo el comercio industrial del país; lo que facilita la parte logística y operacional de la organización.
- Al terminar el plan de negocio, se concluye que es rentable la construcción de una planta procesadora de endulzante a base de Stevia; tomando el modelo de flujos de caja, y con una tasa de descuento del 16.92% y un valor presente neto de \$20,164.56 adicionales al patrimonio después de 5 años (tiempo de pay-back), se concluye que es una inversión muy atractiva.

C. Aguilar y Alvarado, (2011). "La Elaboración de una Línea de Productos para Diabéticos a base de Stevia Rebaudiana". (Tesis de licenciatura). Universidad Dr. José Matías Delgado. Concluyen en lo siguiente:

- En nuestro país existe un gran desconocimiento sobre el edulcorante natural Stevia rebaudiana, y no hay empresas industriales dedicadas a producirla, por ello en éste momento es una oportunidad de negocio aprovechando el mercado de productos que buscan disminuir la ingesta de azúcar en la dieta.
- Financieramente es un proyecto de tesis rentable ya que la VAN al ser superior a 0, indica que la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida y la TIR al ser mayor que el 20% de interés, indica igualmente que se aceptaría el proyecto ya que da una rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad)
- Después de la revisión bibliográfica respectiva encontramos que la Stevia rebaudiana 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.

- Según el análisis sensorial realizado a productos edulcorados con Stevia rebaudiana, el producto que obtuvo una mayor aceptación fue el budín y el jugo de naranja, esto debido principalmente a que los ingredientes usados en el caso del budín dan un poco más de sabor al producto algo altamente evaluado por los panelistas, en el caso del jugo al ser una bebida popular y conocida siempre es bien evaluada por la mayoría de personas. Siendo el menor evaluado el té ya que primeramente en nuestro país no es costumbre consumir té por lo que no se está muy familiarizado con el sabor pese a esto tuvo una aceptación por arriba del promedio por lo que podría llegar a ser un producto rentable.
- Según el estudio de mercado, el envase que mayor aceptación tuvo para el yogurt fue la botella plástica de 500 ml a un precio de \$1.50, en el caso del jugo de naranja fue la botella de 1 l a \$1.50, para el budín fue empaque plástico por porción a \$1.00 y en el caso del té fue en cajas de 25 bolsitas a \$1.50, el lugar de preferencia para la compra de éstos productos fue el supermercado.
- De acuerdo al análisis físico químicos realizados en la Universidad Dr. José Matías Delgado a los 4 productos elaborados con Stevia rebaudiana, se comprobó que efectivamente son productos aptos para personas que quieran reducir su consumo de azúcar en la dieta, todos los productos redujeron significativamente su porcentaje de azúcar y carbohidratos como se puede ver en las respectivas tablas nutricionales, manteniendo siempre sus vitaminas y minerales en cada producto. Luego

de los análisis se logró determinar que éstos pueden ser consumidos por personas que requieran de bajo consumo de azúcar en su dieta.

D. López y Peña, (2004). Plan estratégico para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de edulcorante a base de stevia". (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, concluyen en lo siguiente:

- Se evidencia una gran oportunidad de negocio para cualquier persona interesada en nuevas alternativas de inversión con propósitos comerciales unidas al sector agro industrial.
- La stevia es una planta que posee propiedades endulzantes gracias a su principio activo (el steviósido), que es 100 veces más dulce que el azúcar, lo cual lo hace atractivo para el consumo humano manifestándose así una oportunidad de negocio para cultivarla, producirla y comercializarla.
- El clima y terrenos necesarios para el cultivo de la stevia permiten el aprovechamiento de la biodiversidad de nuestro país, además su cultivo no requiere de mano de obra especializada, lo cual permite una aceptación por parte de los agricultores.
- Nuestro producto stevialife hace parte de las tendencias actuales por consumir alimentos bajos en calorías, naturales y que no tengan efectos nocivos sobre la salud.

E. Revista científica Scientia Agropecuaria (2014). "Estudio de la Stevia, como edulcorante natural y su uso en beneficio de la salud", concluye:

- La stevia, conocida también como "El edulcorante milagroso", es considerada el mejor sustituto del azúcar debido a que es hasta 300

veces más dulce y no contiene calorías. Este arbusto, cultivado en los bosques de Brasil y Paraguay, presenta en su composición un alto porcentaje de glucósidos de esteviol (esteviósido y rebaudiosida A), los cuales le confieren un sabor dulce intenso y propiedades terapéuticas contra la diabetes, la hipertensión y la obesidad; además ayuda al control del peso, la saciedad y el hambre. Por su contenido en compuestos fenólicos, la stevia actúa también como un excelente antioxidante y anticancerígeno; asimismo se ha demostrado que posee propiedades antibacterianas, anticonceptivas y diuréticas. Este trabajo de revisión tuvo como objetivo, recopilar información sobre los estudios realizados a la stevia como alternativa al azúcar y los beneficios de su consumo.

F. Montenegro, (2011). “La stevia como alternativa de crecimiento”. La Paz - Bolivia. (Tesis de licenciatura). La autora llega a la siguiente conclusión:

- Con el avance de la stevia en el país, muchas políticas públicas deberán ser implementadas, especialmente en aquellas regiones productivas. Estos datos revelan la necesidad de generar políticas públicas que impulsen y mejoren su cultivo, protegiendo el medio ambiente y buscando precios justos para su comercialización.

G. Jeria y Pozo, (2011). “Estudio del secado convectivo de hojas de stevia Rebaudiana y factibilidad técnico-económica de una planta elaboradora de edulcorante a base de stevia”. Santiago - Chile. (Tesis de licenciatura).

Concluyen:

- La planta elaboradora de edulcorante a base de hojas de stevia es factible desde el punto de vista técnico y económico.

- La planta elaboradora de edulcorante a base de hojas de stevia, que utiliza hojas secadas en túnel, es económicamente rentable.
- Desarrollo de nuevos productos y mejoramiento de otros con edulcorantes a base de stevia entre sus ingredientes. Enfoque en confites, galletas y bebidas carbonatadas y el desarrollo de nuevos productos con hojas de stevia secas, por ejemplo, infusiones.

H. Conferencia regional FAO/OS (2005), sobre inocuidad de los alimentos para Las Américas y El Caribe, San José, Costa Rica.

Desde hace varios siglos las hojas de stevia han sido utilizadas como edulcorante entre los indígenas de Paraguay. Los guaraníes que habitan en Paraguay la conocen como “kaa hee” y la utilizan tradicionalmente para endulzar el mate. Por otra parte, se consume la stevia como té medicinal, además del mate, o edulcorante para alimentos medicinales para los problemas de la obesidad, hipertensión, ardor en el estómago, la reducción del nivel de ácido úrico, así como tónico cardiaco.

Desde el conocimiento de sus propiedades se han realizado varios encuentros entre organizaciones internacionales para determinar qué beneficios aportará para la nueva medicina moderna.

I. En la reunión del CCLAC (2006), la delegación de Paraguay recordó que tras la inclusión del esteviósido como edulcorante natural en la lista de aditivos prioritarios del Comité sobre Aditivos Alimentarios y Contaminantes de los Alimentos, el JECFA había evaluado este producto en su 63° reunión y se había establecido una IDA temporal, al no disponer de datos suficientes

para estipular una IDA plena y el JECFA había decidido volver a evaluarlo en el 2007, teniendo que cumplir con los siguientes requisitos:

- Datos analíticos y métodos analíticos sobre la distribución y concentraciones de todos los componentes.
- Esteviol glicósidos, incluyendo aquellos que no están identificados;
- La naturaleza y concentración de las fracciones que no contienen esteviol glicósidos;
- La cantidad de solventes residuales procedentes del proceso de manufactura;
- La estabilidad hidrolítica en bebidas y alimentos acidificados;

J. Conferencia sobre la inocuidad de los alimentos para las Américas y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (2005).

Esta conferencia se realizó en Paraguay basándose en el estudio del esteviósido. Su composición aportando nuevos conocimientos sobre las propiedades no solo de las plantas sino también de los tallos. Como resultado de esta conferencia se llegó a la conclusión que no hay un nombre simple o trivial usada comúnmente en la evaluación de las mezclas de este producto estableciéndose así para cada material uno que sería conocido como "Glicosideos de steviol"

2.1.2.A Nivel Nacional

A. Delgado, (2011). "Estudio de pre-factibilidad para la industrialización y comercialización de la stevia". Lima - Perú. (Tesis de licenciatura). Concluye:

- En la segmentación del mercado interno se identificó a las regiones de Piura, Cajamarca, La Libertad y Lima como los principales mercados a abastecer tomando como referencia su alto consumo de azúcar, el cual es considerado como un producto a sustituir por el edulcorante a base de stevia.
- El edulcorante a base de stevia logra el mismo beneficio y sin los efectos dañinos que ocasiona el consumo de azúcar, razón por la cual se constituye como un excelente producto sustituto del azúcar. El precio de Estevióside al que se va a ofrecer al mercado es competitivo en relación al del azúcar, permitiendo el efecto de sustitución propuesto.
- Las grandes cantidades de importación de azúcar revelan debilidades en la producción nacional y la necesidad de abastecer al mercado interno con un producto sustituto de alta calidad.
- El incremento de casos de diabetes en Asia, y específicamente en Japón debido a los cambios de hábitos en su alimentación, ha impulsado la introducción del steviósido como un edulcorante natural y totalmente inocuo.
- Los edulcorantes comúnmente conocidos como el aspartame, el ciclamato y la sacarina tienen serios cuestionamientos por sus efectos dañinos en la salud de los consumidores, brindando una oportunidad competitiva a la Estevia Rebaudiana Bertoni.

B. Caruajulca, (2012). "Efecto de la concentración de extracto de stevia (Estevia Rebaudiana Bertoni) en las características fisicoquímicas y sensoriales de néctar de membrillo". Trujillo - Perú. Se concluye:

- Que no existe efecto significativo de la concentración de extracto de stevia sobre las características sensoriales (color, olor y sabor) en néctar de membrillo; a partir de la prueba no paramétrica de Friedman a un nivel de significancia de 5% realizada a los resultados obtenidos del análisis sensorial de los atributos color, olor y sabor de tres tratamientos de néctar de membrillo endulzados con extracto de stevia, los cuales son tratamiento S1 (0.3% de extracto de stevia), tratamiento S2 (0.5% de extracto de stevia) y tratamiento S3 (0.7% de extracto de stevia).
- Incentivar el consumo de productos que sean endulzados con glucósidos de steviol por sus propiedades nutraceuticas que presenta.
- Promover el uso de glucósidos de stevia en otros productos alimenticios dirigidos especialmente a personas que controlan su peso o padezcan Diabetes.

C. Evaluación del mercado japonés de edulcorantes no calóricos como destino de la stevia y del yacón producido en el Perú, Lima (1999).

En esta investigación se hace referencia a las crecientes demandas por el consumo de edulcorantes no calóricos por parte de los países desarrollados y la incorporación de estos productos como parte de una estrategia de vida saludable.

2.1.3. A Nivel Local

A. El Equipo de Desarrollo Agropecuario de Cajamarca (EDAC), (2008) realizó un estudio sobre la adaptabilidad biológica para la introducción de Estevia en 6 zonas agroecológicas andinas de las provincias de San Ignacio y

Chota, en el departamento de Cajamarca, donde se determinó que, en San Ignacio con temperaturas máximas de 28,2°C y mínimas de 14,8°C, se posibilitó el de prendimiento de plantines en un 98,8°C.

B. Díaz P. (2004) en su tesis denominada “El cultivo de la stevia, alternativa económica viable”

- El informe publicado se centra en el origen y geografía de Stevia Rebaudiana Bertoni, nos habla también de los usos de esta planta y le pone énfasis en la poca difusión que tiene este producto dentro de nuestro país.
- Se menciona también el poco conocimiento que se tiene referente a la cosecha, post cosecha, comercialización y demanda.
- Podemos llegar a la conclusión que las condiciones agro climáticas de la selva alta de Perú son óptimas para el cultivo de esta planta, con posibilidades de convertirse en una alternativa económica viable debido a la alta rentabilidad que ofrece dicho cultivo y a la gran demanda mundial.

C. GEA-Salud (2006), “Si a la stevia natural”.

En el informe se hace una síntesis de todos los estudios que ha tenido la Stevia Rebaudiana Bertoni desde su registro en 1905 en los libros internacionales hasta el ingreso en 1993 del esteviósido en el Código Alimentario Nacional.

Resaltando sus atributos de endulzante natural, éstos afirman que se debe a que esta planta no es un endulzante metabólico.

Adicionalmente a esta planta se le agregan virtudes como levemente hipotensora, diurética, digestiva, regulando el PH tanto a nivel digestivo como en la sangre y la orina.

D. Pamies, (2008) en su “Manual del cultivo y uso de la stevia”

- En este manual se establecen los pasos que se deben seguir para el cultivo de la planta sin perder sus atributos medicinales.
- El tratamiento que se le da a la planta dependerá del tipo de estación. La planta de Stevia es muy resistente a hongos e insectos, recomendándose para su tratamiento no productos químicos, sino extractos a base de ajos y aceites autorizados por la agricultura ecológica. Este manual es importante para aquellos pequeños agricultores que no cuentan con mucha información y debido al lugar geográfico donde se encuentran y desean empezar a sembrar esta planta.

E. Solórzano, (2007) en su trabajo de investigación “La stevia, un endulzante con grandes cualidades.

- En esta investigación el Dr. Solórzano hace hincapié a la stevia incluyéndolo en el tema de la obesidad, para ello aconseja que una buena dieta no puede ser insípida, necesitando cierto grado de gusto o dulzor.
- El Dr. Solórzano, mediante este estudio brinda a sus pacientes una alternativa de dieta que contenga menos calorías, la cual les ayudará para vivir más.

- También hace referencia a los endulzantes que se utilizan como son la sacarina, los ciclamatos y los alcoholes, recomendando su uso en baja proporción debido a que estos sí tienen un cierto grado de calorías, en comparación a la Stevia.

2.2. Marco doctrinal de las teorías particulares

2.2.1. Teorías científicas

A. Teoría del Desarrollo Empresarial

(Chiavenato, 2009). La tendencia natural de toda organización y de sus propietarios (empresarios) es crecer y desarrollarse. Esta tendencia natural tiene sus orígenes en factores endógenos (internos, sean estructurales o conductuales y relacionados con la propia organización y sus propietarios en sí) y exógenos (externos y relacionados con las demandas e influencia del ambiente).

El desarrollo es un proceso lento y gradual que necesita de exacto conocimiento de sí mismo y conduce a la plena realización de sus potencialidades en la gestión. Así, el desarrollo empresarial, a las organizaciones y a sus propietarios les permite:

- Un conocimiento profundo y real del ambiente interno y externo en que opera.
- Una planeación adecuada y ejecución exitosa de las relaciones con el medio ambiente y sus participantes.

- Una estructura interna suficientemente flexible con condiciones para adaptarse en el tiempo a los cambios que ocurran, tanto en el ambiente con el que se relaciona, como entre sus participantes.

El aporte de esta teoría al desarrollo del trabajo de investigación está relacionado con la comprensión de las condiciones y procedimientos, así como los factores que inciden en el deseo de crecimiento y desarrollo como tendencia natural de los agricultores cajamarquinos en la producción y comercialización de la stevia.

B. Teoría del Marketing Internacional

a) Teorías tradicionales del comercio internacional: (Legrand, 2013)

✓ Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith

La teoría clásica del comercio internacional tiene sus raíces en la obra de Adam Smith, éste pensaba que las mercancías debían producirse en el país donde el coste de producción (que en el marco de su teoría del valor-trabajo se valora en trabajo) fuera más bajo y desde allí se exportaría al resto de países. Defendía un comercio libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento, era partidario del comercio basado en la ventaja absoluta y creía en la movilidad internacional de los factores productivos. Según sus teorías, la ventaja absoluta la tienen aquellos países que son capaces de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros, y por tanto, con un coste de producción inferior.

✓ **Modelo de David Ricardo. Teoría de la ventaja comparativa**

Esta teoría supone una evolución respecto a la teoría de Adam Smith; para David Ricardo, lo decisivo no son los costes absolutos de producción, sino los costes relativos, resultado de la comparación con los otros países. De acuerdo con esta teoría un país siempre obtendría ventajas del comercio internacional, aun cuando sus costes de producción fueran más elevados para todo tipo de productos fabricados, porque este país tenderá a especializarse en aquella producción en la que comparativamente fuera más eficiente.

✓ **Modelo Heckscher-Ohlin**

Este modelo parte de la teoría de David Ricardo de la ventaja comparativa y afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

b) La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica (Legrand, 2013)

El sustento básico de las teorías antes expuestas era la existencia de competencia perfecta, que permitía, por la vía del libre comercio, aumentar el bienestar de los países. A finales de los años 1970 y principios de la década de 1980, surgieron algunos economistas como Paul Krugman, Avinash Dixit, James Brander y Barbara J. Spencer que

esbozaron nuevas elaboraciones teóricas fundadas en la existencia de fallos de mercado que ponían en cuestión, no en todos los casos, la teoría clásica del comercio internacional de que los intercambios internacionales se fundamentan exclusivamente en la teoría de la ventaja comparativa y que la defensa bajo cualquier circunstancia del libre comercio y, de la no intervención estatal en esta área económica pudiera no ser la práctica óptima. En palabras de Krugman: el replanteamiento de la base analítica de la política comercial es una respuesta al cambio real ocurrido en el ambiente y al progreso intelectual logrado en el campo de la economía.

Estas nuevas teorías utilizan las herramientas de la teoría económica y la formalización matemática y suponen una crítica de mayor profundidad a las teorías neoclásicas que las provenientes de otros campos de la economía como la sociología o la estructura económica.

Asimismo, tratan de responder a dos cuestiones: la primera es por qué se comercia, y la segunda, cómo debe ser la política según estas nuevas explicaciones.

La base argumental de esta teoría radica en que cuando no es posible alcanzar un óptimo de Pareto a nivel mundial debido a fallos de mercado, hay que optar por elegir situaciones denominada second best o segundo óptimo. Entre las infinitas situaciones de segundo óptimo, los Estados pueden preferir unas a otras y tomar las medidas que lleven a colocarse en un segundo óptimo distinto del establecido. Los fallos de mercado que justifican la política comercial estratégica son básicamente la existencia de beneficios extraordinarios en un sector económico y la existencia de externalidades tecnológicas de carácter positivo.

Estas teorías del comercio internacional sirven para comprender todos los factores y aspectos condicionantes que participan en los negocios internacionales, en los cuales los países unos más que otros establecen una serie de barreras administrativas al margen de las barreras arancelarias.

C. Teoría de la Responsabilidad Social

a) Teoría de los grupos de interés

(Schwalb, 2005). Para la teoría de los grupos de interés es de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la organización y su consecuente contribución a la comunidad en que se encuentran como un importante actor social preocupado por las nuevas exigencias y problemas emergentes de la sociedad en pro de un estado de bienestar general actual y futuro.

Las formas en que se establece esta interrelación con la empresa son mediante el diálogo que, en ocasiones, ésta propone a los grupos que ha identificado y que mantiene a raíz de la ininterrumpida relación que se establece entre ellos.

Los intereses (diversos y conflictivos) de las partes incluidas y la atención a expectativas múltiples que confluyen en la empresa (un juicio más fluido, social y democrático) procuran mejorar la capacidad de crear beneficios para atender a los actores de una humanidad cada vez más compleja e exigente, de tal forma para que demos sentido a la

Responsabilidad Social de la Organización “toda relación social llevará consigo una dimensión del bien común”, considerando que el deber de las partes relacionadas principalmente las internas es contribuir al fin de la empresa y con ello “aportar su bien común, con las prestaciones concretas” propiciando las condiciones para que cada “partícipe reciba de la empresa aquello que razonablemente espera de ella y a lo que tiene derecho por su contribución”.

Esta teoría sirvió para comprender el deber que deben tener las partes interesadas en la formulación y aplicación del presupuesto por resultados que tiene una organización como instrumento de gestión gerencial, que le permita optimizar el uso de sus recursos.

b) La teoría de la dependencia de recursos

(Schwalb, 2005). Esta teoría asume que la organización está comprendida por partes internas y externas que resultan del intercambio social, formado por la influencia de sus conductas, considerando al medioambiente escaso y esencial para la supervivencia de la organización, la cual depende del mismo y actúa en un medio incierto si no cuenta con los recursos necesarios, o le es difícil la adquisición de los bienes que incluye en sus procesos.

Busca maximizar el poder de las organizaciones basada en el intercambio de recursos. En las organizaciones se propicia la búsqueda de relaciones entre los distintos grupos de una sociedad, y de sus partícipes, y se origina una relación de sumisión de unos a otros para cumplir su fin: para obtener los recursos necesarios.

Las organizaciones están a la expectativa posicionando su estructura en patrones de conducta que conllevan la consecución y aseguramiento de recursos externos que puedan controlar y mantener para reducir paulatinamente, en lo posible, la subordinación a otros agentes por los recursos que son necesarios para llevar a cabo sus fines.

Esta teoría sirvió para poder comprender lo importante que es que la organización y la población, conozcan los recursos con los que cuenta y sobre todo hacer un uso eficiente de ellos, en este caso particular de los agricultores de la stevia en la Región Cajamarca.

2.3. Marco conceptual

A. La Stevia

(Solorzano, 2007). La Stevia Rebaudiana (Bertoni) es un arbusto originario del Paraguay y Brasil, conocido por los indígenas guaraníes y del Mato Grosso desde tiempos ancestrales, al que denominaban ka'a he'e (hoja de miel).

Este arbusto alcanza los 90 cm. de altura y se caracteriza por tener las hojas de color verde brillante y algo abellotadas, lanceoladas o elípticas y dentadas, en posición alterna, las cuales miden entre 3 y 5 cm. de largo por 1,5 a 2 cm. de ancho. Los tallos son pubescentes y rectos, mientras que las raíces filiformes son esencialmente superficiales y tienen suficiente fuerza vital para facilitar el rebrote de la planta.

De las hojas se extraen distintos componentes de propiedades edulcorantes, siendo los más importantes el steviósido y el rebaudiósido.

- **Propiedades** (Solorzano, 2007)

- ✓ El "esteviósido" es recomendado para diabéticos y ha sido aceptado por protección al diabético. Las hojas son alrededor de 20-30 veces más dulces que el azúcar, el esteviósido lo es de 300 veces más y el rebaudiósido A 450.
- ✓ Tiene 0 calorías o sea es totalmente acalórico.
- ✓ La Stevia es 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.
- ✓ La Stevia 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 unas gotitas a las pastas de diente.
- ✓ La Stevia 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.

- **Propiedades Químicas** (Solorzano, 2007)

- ✓ La concentración de Steviósido y rebaudiósido en la hoja seca es de 6% a 10%, habiéndose registrado ocasionalmente valores extremos de 14%.
- ✓ Diversos análisis de laboratorio han demostrado que la Stevia es extraordinariamente rica en: hierro, manganeso y cobalto.
- ✓ No contiene cafeína.
- ✓ Peso molecular = 804
- ✓ Fórmula: C 38 H 60 O 18
- ✓ Los cristales en estado de pureza funden a 238° C.
- ✓ Se mantiene su sabor estable a altas y bajas temperaturas.
- ✓ No fermenta.
- ✓ Es soluble en agua, alcohol etílico y metílico.

- **Ventajas** (Solorzano, 2007)

- ✓ Es un producto 100% natural, no es sintético.
- ✓ El esteviósido no contiene calorías.
- ✓ Las hojas generalmente se usan en su estado natural.
- ✓ Solo se utiliza en mínimas cantidades.
- ✓ La planta no contiene toxinas.
- ✓ Tanto las hojas como el steviósido pueden cocinarse.
- ✓ Es estable aun a 200° C.
- ✓ No se fermenta.
- ✓ Es buena potenciadora del sabor. (Algo que parecería raro, pero ocurre debido a una contraposición de los sabores en el paladar humano).

- **Informe Nutricional.** (Solorzano, 2007)

Calorías:

0

Grasas saturadas:	0
Azúcares:	0
Colesterol:	0
No contiene cafeína.	
Total, de carbohidratos:	0

Rica en: hierro, manganeso y cobalto

- **Importancia del desarrollo de la Stevia**

([www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm), 2008)

Las bondades con que cuenta hacen de la Stevia un cultivo promisorio para pequeños productores, con una creciente demanda en el mercado nacional e internacional, destinado a sustituir a los edulcorantes sintéticos, cada vez más cuestionados.

Actualmente es cultivada en Cajamarca, Amazonas, Lambayeque y catalogada como una maravilla de la flora universal ya que sus hojas son 30 veces más dulces que el azúcar.

En el Perú, la mayor superficie cultivada se encuentra en el departamento de Cajamarca, provincia de San Ignacio, además, pequeñas áreas en la provincia de Rodríguez de Mendoza y en Huánuco. La chacra demostrativa "Quinta San Antonio", ubicada en la provincia de San Ignacio - Cajamarca es dirigida por profesionales de campo agrícola, especializados en diferentes cultivos. En el cultivo de la Stevia estuvieron orientados a ver las mejores alturas y suelos para la adaptación del cultivo, sobre todo, a un mejor rendimiento, buen tamaño y peso de la hoja.

En San Ignacio, los productores producen Stevia dentro de sus fincas de manera orgánica. Además, a través del intercambio de experiencias que EDAC (Equipo de Desarrollo Agropecuario, Cajamarca) y ARPEC (Asociación Regional de Productores Ecológicos, Cajamarca) realizan, los productores vienen incorporando esta especie dentro de su portafolio de cultivos en sus biohuertos.

- **Características Morfológicas y Agronómicas**

([www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm), 2008). En el cultivo de la stevia lo que se busca es producción de hoja.

Altura de planta.	1.20 m.
Longitud de hoja	6.3 cm.
Peso de hoja verde por Planta	20 gr.
Tiempo de vida	6 – 8 años

- **Principales Productores de Stevia.**

([www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm), 2008). 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 estevita 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, Australia y Japón. El 95% de la hoja que importa Japón proviene de 4 productores chinos.

La hoja 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% de esteviósido que es compensado con el gran volumen de producción.

- **Tipos de productos elaborados con stevia**

([www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm), 2008). En la actualidad existen diversos productos elaborados con stevia, entre ellos cabe resaltar:

- ✓ En bolsas plásticas transparentes, se comercializa básicamente a nivel de tiendas naturistas y ferias. Los envases son de 15 grs. con un precio al público de S/. 2.0 c/u y de 50 grs. al precio de S/. 10 c/u. En la actualidad hay solamente 3 empresas que comercializan la hoja de stevia seca en esta forma. Se nota gran demanda sobre todo en Lima.
- ✓ Como té o mate 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 S/. 4.90 a 8.0 al público. Solamente 1 de ellos es productor de hoja de stevia.
- ✓ Como hoja micro pulverizada o 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 S/. 8 a 10 soles.

- **La oferta de stevia**

(SENASA, 2012). La competencia directa se debe de entender como todos aquellos productores que se dedican a la producción de la planta Stevia y que podrían ser potenciales competidores, para el mercado de Hojas Secas de Stevia al poseer la materia prima para la elaboración de los productos incluidos en este estudio (Hojas secas de Stevia)

La producción mundial de esta planta es entre las 100.000 y 200.000 toneladas, siendo los principales productores China, con aproximadamente el 75% de la producción mundial, y Paraguay con cerca del 8%. Otros países productores son Brasil, Argentina, Bolivia, Colombia, Perú, Tailandia, Corea, Rusia, Indonesia, India, Australia, España, Canadá, Costa Rica.

Actualmente el mercado de la stevia se desarrolla en su mayoría en el área de alimentos (edulcorantes no calóricos y saborizantes), pero adicionalmente, se han descubierto otros usos tanto en el campo terapéutico como el agropecuario. En el campo terapéutico es útil para: el tratamiento de la diabetes y la obesidad, los resfriados, los dolores de las articulaciones, la presión arterial, el rejuvenecimiento de la piel y para prevenir la caries. En el campo agropecuario se está comenzando a utilizar en la crianza de aves, cerdos, vacunos de producción láctea, al igual que en cultivos frutícolas y cítricos, y para el mejoramiento y recuperación de suelos con índices de contaminación elevados por agrotóxicos.

Como edulcorante, la stevia está teniendo éxito tanto como endulzante de mesa, como en el campo industrial, donde empresas reconocidas a nivel mundial la están utilizando dentro de sus productos.

Tal es el impulso que ha tenido este ingrediente, que solo en el año 2015, han salido al mercado más de 180 productos que lo contienen. Ejemplos de estos

desarrollos son: Sprite Green y los jugos Odwalla de Coca Cola, SoBe Life Water y Trop 50 de PepsiCo, y All Sport Naturally Zero de Dr. Pepper.

- **La demanda de stevia**

(SENASA, 2012). En la actualidad existe un mercado mundial que conoce y consume la stevia. En el mercado del Japón se comercializa en extracto concentrado o en infusión de hojas. Se ha difundido en todo el occidente sus propiedades terapéuticas y dietéticas del steviósido. En el Perú, su comercialización es muy poca, por la poca o casi nula difusión de sus potencialidades económicas.

Debido la existencia de demanda insatisfecha del producto en el mercado japonés, por parte de los principales proveedores.

Los principales proveedores de Japón actualmente son de origen chino, sin embargo, debido a la baja concentración de steviósido que tienen sus hojas, incrementan el poder edulcorante de su producto final con agentes sintéticos, dejando de ser un producto natural y totalmente sano.

Este hecho se identifica como una ventaja competitiva ya que la stevia cultivada en Sudamérica especialmente en el Perú, tiene mayor concentración de steviósido permitiendo que el edulcorante obtenido sea realmente a base de stevia.

- a) Mercado potencial japonés**

(Thieffry, 2010). Se tiene en cuenta que la obesidad, la inactividad física y la diabetes se han convertido en amenazas globales para la salud. La diabetes asociada con la obesidad se va extendiendo más rápidamente que en ninguna otra región en Asia, donde se calcula, hay unos 60 millones de casos en personas adultas con diabetes, cifra que va en aumento constante. Según el doctor Yasuo Akanuma (2002), Presidente de la Sociedad de Diabetes de Japón, más de una cuarta parte de la dieta nipona consiste en

grasas, lo que representa un aumento de cinco veces con relación a los niveles en la época de la Segunda Guerra Mundial. El consumo de arroz ha disminuido en 50%. La generación joven simplemente no come arroz. En el año 2002 se registraron 6,9 millones de personas con diabetes en Japón. Las predicciones indicaban que, habría 10,8 millones de personas con diabetes en este país para el año 2015.

Japón se encuentra entre los diez países del mundo con mayor cantidad de personas con diabetes, en donde se calcula que la población diabética alcanzará el 30% en los próximos años. A nivel mundial, la diabetes es responsable de 3 millones de muertes al año; más de un millón de las mismas en Asia. Por lo tanto, en Asia la diabetes contribuye con un 6- 10% de la mortalidad total; la afección se da principalmente dentro del grupo de edad de 35 – 64 años (Jalad, 2004).

Sin duda es un segmento importante a tener en cuenta ya que en él se encuentran potenciales consumidores. Según el plan de investigación para el cultivo de la stevia llevado a cabo por la Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras en el año 2005, a través de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria (DICTA) se ha establecido un consumo promedio por persona de 300 mg de steviósido como edulcorante por día. Si sólo consideramos la población japonesa con problema de diabetes para los próximos 10 años.

Tabla 1: Consumo potencial de stevia

Año	Población estimada	Población estimada con diabetes	Consumo potencial stevia (TM)
2006	125864000	6600000	713
2007	126166000	6900000	745
2008	126486000	7200000	778
2009	126686000	7500000	810
2010	126926000	7800000	842
2011	127291000	8100000	875
2012	127435000	8400000	907
2013	127619999	8700000	940
2014	127687000	9000000	972
2015	127708000	9300000	1004

Fuente: Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas. Cuba.

Como se puede apreciar el consumo potencial tiene un incremento porcentual en promedio del 4% y seguramente va a seguir la tendencia en futuro ya que la megatendencia mundial hacia el consumo por motivos de salud y nutrición irán en aumento.

Teniendo en cuenta que los tres productos edulcorantes que dominan el mercado mundial (sacarina, aspartame y ciclamato), especialmente en los países occidentales, cuentan con serios cuestionamientos por sus propiedades nocivas para la salud, las posibilidades del steviósido como sustituto de los mismos son buenas, teniendo como principal limitación la imposibilidad de provisión de materia prima en tan gran escala. En Japón se han realizado más de 1500 estudios con referencia a la inocuidad de la stevia, la mayoría de ellos a cargo del gobierno japonés, demostrando que no es dañino para la salud, a la vez constituye una alternativa económica respecto al azúcar. Esto ha permitido que la stevia tenga las puertas abiertas en este mercado, en donde se consume una cantidad superior a 280

toneladas de steviósido al año, equivalente al 40% del mercado del edulcorante de la no-sacarosa en ese país. Se estima que la demanda de steviósido (extracto sin dilución) en Japón ha tenido el siguiente comportamiento durante los últimos años:

Tabla 2: Consumo Anual y Demanda Insatisfecha de Steviósido en Japón

Año	Consumo histórico de steviósido en Japón (TM)	Consumo estimado de otros edulcorantes en Japón (TM)	Consumo total estimado de edulcorantes en Japón (TM)	Demanda insatisfecha (TM)
2006	200	207.8	407.8	225
2007	211	303.6	514.6	231
2008	223	320.9	543.9	234
2009	235	338.2	573.2	237
2010	248	356.9	604.9	238
2011	255	367	622.0	253
2012	263	378.5	641.5	266
2013	271	390.0	661	279
2014	279	401.5	680.5	292
2015	287	413.0	700.0	304

Fuente: Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas (INCA). Cuba.

B. EDAC (2014). (Equipo de Desarrollo Agropecuario de Cajamarca) – Universidad Nacional de Cajamarca y la Asociación Regional Productores Ecológicos de Cajamarca, en el artículo “adaptabilidad biológica de la stevia (Stevia Rebaudiana en 06 zonas agroecológicas de Cajamarca).

La stevia es un endulzante natural alternativo al azúcar y a los endulzantes artificiales, el principio activo más importante es el esteviosido y rebaudiósido, y su importancia radica en que sus hojas contienen una sustancia edulcorante de aproximadamente un 42% de sustancias hidrosolubles; ésta sustancia es utilizada en la medicina natural (es totalmente acalórico, ideal para los diabéticos, muy aconsejable para perder peso, retarda la aparición de la caries, es un hipotensor suave, mejora las

propiedades gastrointestinales, ayuda a la desintoxicación del tabaco, mejora la resistencia a resfriados y gripes).

Estudios de investigación japoneses reportan que esta planta maravillosa permite además mejorar la calidad de los frutos en hortalizas y frutales, previniendo el envejecimiento del fruto, realzando el sabor, mejoramiento de los suelos, resistencia a plagas y enfermedades, aumenta la durabilidad por su acción antioxidante); así mismo con múltiples beneficios en ganadería y lechería.

En tal sentido el Equipo de Desarrollo Agropecuario Cajamarca EDAC, la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca, y la Asociación Regional de Productores Ecológicos Cajamarca; a través del financiamiento de INCAGRO, han iniciado el proyecto de Investigación para generar conocimientos técnicos de la stevia; sobre su adaptabilidad en 06 zonas agro ecológicas de San Ignacio - Chota y permita la incorporación al portafolio de cultivos de los pequeños agricultores, para masificar este promisorio cultivo como alternativa de generación de ingresos dada la alta demanda existente en el mercado nacional e internacional.

Los rendimientos obtenidos son semejantes y/o mayores que los obtenidos en el lugar de origen, lo que indica que las condiciones ambientales de las seis localidades de siembra son adecuadas para el cultivo. (textura, pH, m.o. NPK, Tº, HºRº).

Por las características culturales de la población chotana existe la tendencia de una demanda creciente de stevia ya que los pobladores del campo lo vienen usando como mezcla con la coca para el chacchado como parte de sus hábitos.

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Las potencialidades exportables de la stevia cajamarquina al mercado de Japón incidirán en forma directa y positiva en la mejora económica de los agricultores del departamento de Cajamarca, lo cual se facilita por la calidad del producto, así como por las macro tendencias presentadas en los hábitos y costumbres de los consumidores, relacionadas con el cuidado de la salud.

3.1.2. Hipótesis específicas

- La oferta exportable de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva
- La demanda de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva y va aumentando cada año.
- La situación económica de los agricultores de la stevia en el departamento Cajamarca es baja.

3.2. Variables

3.2.1. Variable Independiente:

Potencial exportador de stevia

Capacidad ofertable de stevia al mercado de Japón.

3.2.2. Dependiente

Incidencia económica de los agricultores

Efecto económico de la actividad de producción y comercialización de stevia al mercado de Japón.

3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis

Tabla 3*Operacionalización/categorización de los componentes de las hipótesis*

Potencial de Exportación de la Stevia al mercado de Japón y su Incidencia Económica en los agricultores del Departamento de Cajamarca

Hipótesis	Definición conceptual de las variables/categorías	Definición operacional de las variables/categorías			
		Variables	Dimensiones	Indicadores	Índices
Hipótesis General	Las potencialidades exportables de la stevia cajamarquina al mercado de Japón incidirán en forma directa y positiva en la mejora económica de los agricultores del departamento de Cajamarca, lo cual se facilita por la calidad del producto, así como por las macro tendencias presentadas en los hábitos y costumbres de los consumidores, relacionadas con el cuidado de la salud.	1. Potencial exportador de la stevia	<ul style="list-style-type: none"> • Volúmenes de exportación • Calidad de la stevia • Propiedades de la stevia • Aumento de consumo de esteviósidos • Índices de consumo de stevia en Japón 	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de producción de comercialización - Cantidad de propiedades de la stevia - Calidad de la stevia - Índice de consumo mundial - Índice de consumo de stevia en Japón 	Instrumento: cuestionario y revisión documental Técnica: Encuesta
		2. Incidencia económica en los agricultores de stevia	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad adquisitiva - Nivel de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de ingresos de los agricultores de stevia - Nivel de vida de los agricultores de stevia. 	
Hipótesis específicas	La oferta exportable de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva				
	La demanda de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva y va aumentando cada año.				
	La situación económica de los agricultores de la stevia en el departamento Cajamarca es baja.				

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

Geográficamente el área de estudio se encuentra situada en la Región Cajamarca.

4.2. Diseño de la investigación

La Investigación es No Experimental y Transversal

Es No experimental, porque la investigación se realizó con la manipulación de las variables, observando y describiéndolas en su estado natural de ocurrencias.

Es transversal, porque se llevó a cabo en un determinado momento del tiempo.

4.3. Métodos de investigación

- **Método Inductivo**

Porque se partió de las opiniones de los agricultores y expertos funcionarios (traders), para generalizar en el diagnóstico respecto a la oferta exportable existente en la actualidad de la stevia a Japón.

- **Deductivo**

Este método científico fue utilizado más para la elaboración del marco teórico, en el cual se partió de teorías generales para explicar una problemática específica.

- **Analítico-Sintético:**

El método analítico se apoya en que, para conocer un fenómeno, que en este caso es la demanda existente en Japón para exportar stevia, debe recogerse las opiniones de los agricultores y traders, para tener una mejor comprensión del tema de investigación.

El método sintético se relaciona con unir sistemáticamente los elementos heterogéneos de un fenómeno con el fin de reencontrar las individuales de la cosa observada en este caso los indicadores de demanda de la stevia que existen.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis

4.4.1. Población y muestra

a) Población

El tamaño de la población universal está conformado por los expertos (traders) en una cantidad de 15 expertos que trabajen en ONGs, Sierra Exportadora, Ministerio de Agricultura, a quienes se les aplicó una entrevista.

De igual modo se entrevistó por conveniencia a 20 agricultores de San Ignacio, Chota y Jaén.

4.4.2. Muestra:

El tamaño de la muestra obtenida de los expertos (traders), es de 15 expertos a quienes se les aplicó una entrevista.

De igual modo se entrevistó por conveniencia a 20 agricultores de San Ignacio, Chota y Jaén.

4.4.3. Unidad de análisis

Los productores de stevia de la Región Cajamarca y los Traders.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

En el trabajo de investigación se utilizó instrumentos tales como:

- **Revisión Documentaria.**

Con este instrumento se identificó el potencial exportador de la Stevia.

- **El cuestionario**

Compuesta por preguntas estructuradas que se aplicó a los agricultores y los traders.

- **La técnica**

Es la encuesta que se aplicó a la muestra no probabilística de agricultores de la stevia y a los traders respecto a las potencialidades de exportación de la stevia.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Las encuestas se procesaron mediante el SPSS y luego se transfirió al Excel para su menor presentación en tablas y gráficos.

Las tablas y gráficos obtenidos en el Excel se analizaron e interpretaron en función de las variables y temática de la investigación, lo cual sirvió para hacer la discusión de resultados, así como las conclusiones y recomendaciones.

4.7. Equipos, materiales, insumos

4.7.1. Equipos

Fueron utilizados para la tabulación y el procesamiento de datos, desde el inicio hasta la impresión final.

- ✓ Una laptop HP.
- ✓ Una impresora Láser EPSON L355.

4.7.2. Materiales

Para la presente investigación se usó:

Materiales de escritorio: Serán utilizados desde el inicio hasta el final de la investigación.

- ✓ Papel Bond 80 gr.
- ✓ Lapiceros
- ✓ Lápices
- ✓ Corrector texto
- ✓ Resaltadores
- ✓ Libros en físico y virtuales

4.7.3. Insumos

El insumo fundamental que se usó para que se desarrolle esta investigación, fue uso del paquete estadístico SPSS.

4.8. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 4

Matriz de consistencia metodológica

Potencial de Exportación de la Stevia al mercado de Japón y su Incidencia Económica en los agricultores del Departamento de Cajamarca								
Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
Pregunta general	Objetivo general	Hipótesis General						
¿De qué manera el potencial exportador de la stevia cajamarquina al mercado de Japón incide económicamente en los agricultores del departamento de Cajamarca?	Diagnosticar las potencialidades de exportación de la stevia al mercado de Japón y su incidencia económica para los agricultores de stevia del departamento de Cajamarca.	Las potencialidades exportables de la stevia cajamarquina al mercado de Japón incidirán en forma directa y positiva en la mejora económica de los agricultores del departamento de Cajamarca, lo cual se facilita por la calidad del producto, así como por las macro tendencias presentadas en los hábitos y costumbres de los consumidores, relacionadas con el cuidado de la salud.	Variable X = Potencial exportador de stevia	- Volúmenes de exportación - Calidad de la stevia - Propiedades de la stevia - Aumento de consumo de esteviósidos - Índices de consumo de stevia en Japón	- Cantidad de producción - Cantidad de comercialización - Propiedades de la stevia - Calidad de la stevia - Índice de consumo mundial - Índice de consumo de stevia en Japón	Cuestionario y la revision documental	- Deductivo – inductivo - Analítico – sintético - Estadístico	El tamaño de la población universal está conformado por los expertos (traders) en una cantidad de 15 expertos que trabajan en ONGs, Sierra Exportadora, Ministerio de Agricultura, a quienes se les aplicó una entrevista. De igual modo se entrevistó por conveniencia a 20 agricultores de San Ignacio, Chota y Jaén. El tamaño de la muestra obtenida de los expertos (traders), es de 15 expertos a quienes se les aplicó una entrevista. De igual modo se entrevistó por conveniencia a 20 agricultores de San Ignacio, Chota y Jaén.
Preguntas Auxiliares	Objetivos específicos	Hipótesis específicas						
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cuál es la situación actual de la oferta exportable de la stevia cajamarquina al mercado de Japón? ▪ ¿Cuál es la situación actual de la demanda de la stevia cajamarquina al mercado de Japón? ▪ ¿Cuál es la situación económica de los agricultores de la stevia en el departamento Cajamarca? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar la potencial demanda de la stevia en el mercado de Japón. ✓ Identificar la potencial oferta exportable de la stevia al mercado de Japón. ✓ Identificar la incidencia económica en los agricultores por la exportación de la stevia al mercado de Japón. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La oferta exportable de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva ✓ La demanda de la stevia cajamarquina al mercado de Japón, es atractiva y va aumentando cada año. ✓ La situación económica de los agricultores de la stevia en el departamento Cajamarca es baja. 	Variable Y = Incidencia económica en los agricultores de stevia	- Capacidad adquisitiva - Nivel de ingresos	- Nivel de ingresos de los agricultores de stevia - Nivel de vida de los agricultores de stevia.	Cuestionario y la revision documental		De igual modo se entrevistó por conveniencia a 20 agricultores de San Ignacio, Chota y Jaén.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis e interpretación de datos de la encuesta del edulcorante natural de stevia

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos como resultado de la aplicación de las encuestas a 15 traders y a 20 agricultores de stevia en la Región Cajamarca, los mismos que son analizados e interpretados en función de las variables y la temática de la investigación, lo cual permite hacer una discusión de resultados adecuada.

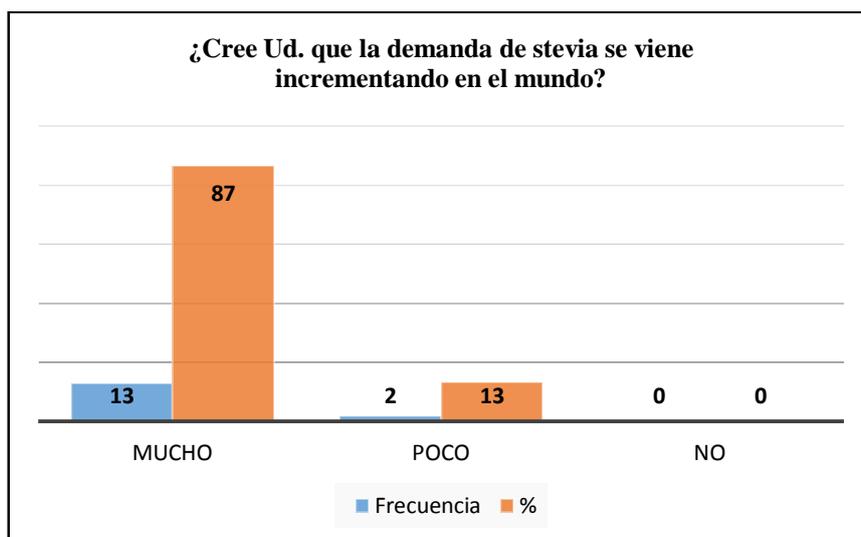
5.1.1. Encuestas aplicadas a los Traders

Tabla 5: ¿Cree Ud. que la demanda de stevia se viene incrementando en el mundo?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	13	87
Poco	2	13
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 1



Fuente: Tabla 5

Análisis e interpretación:

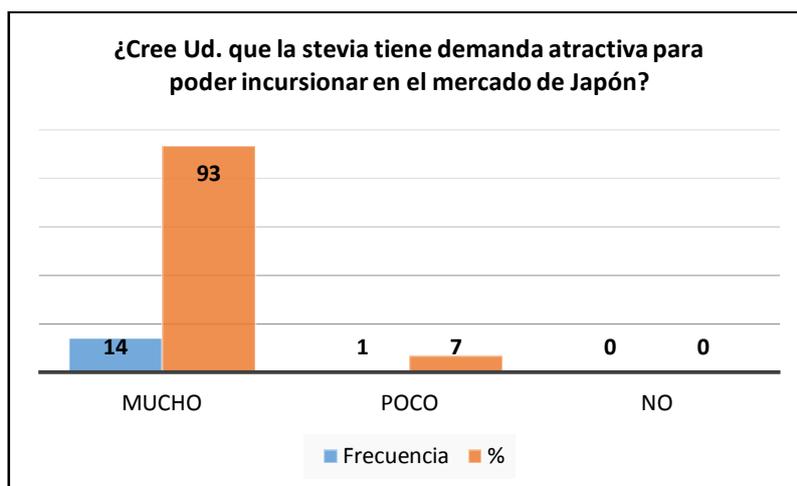
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 87% que la demanda tiene un índice de incremento sostenido, lo cual hace atractiva la idea de fomentar la producción y comercialización de stevia.

Tabla 6: ¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	14	93
Poco	1	7
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 2



Fuente: Tabla 6

Análisis e interpretación:

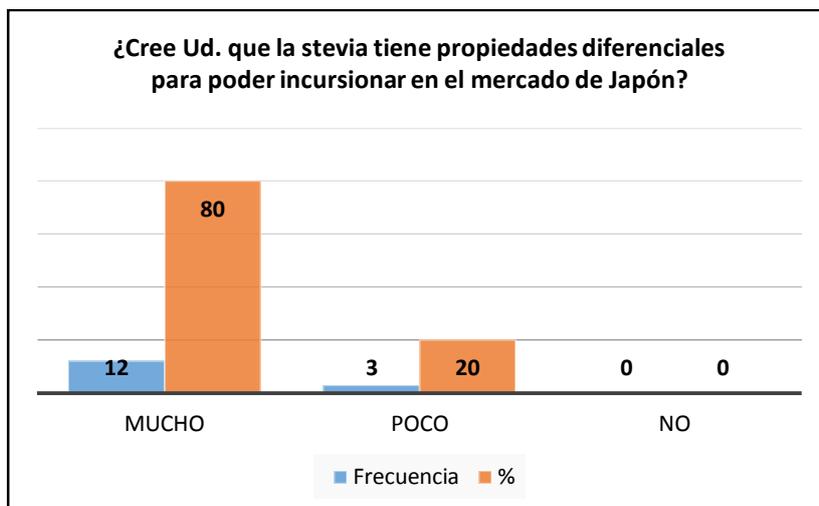
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 93%, que la stevia tiene una demanda atractiva, para incursionar en el mercado de Japón con grandes probabilidades de comercialización.

Tabla 7: ¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	12	80
Poco	3	20
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 3



Fuente: Tabla 7

Análisis e interpretación:

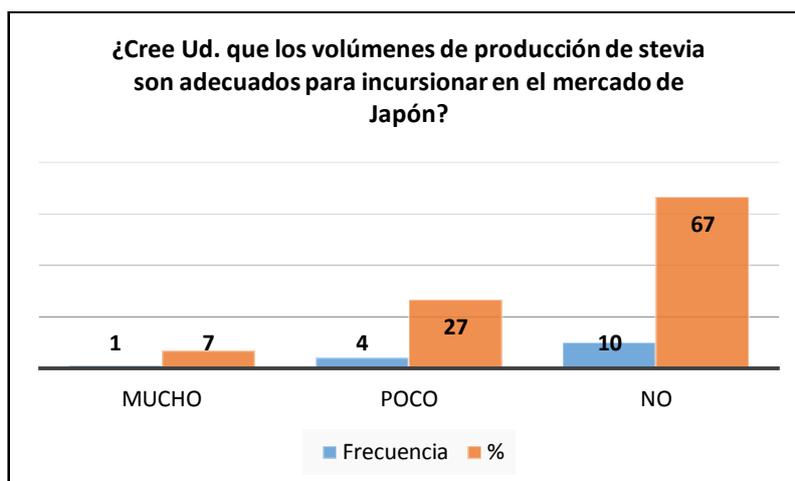
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 80%, que la stevia tiene propiedades diferenciales, para incursionar en el mercado de Japón con grandes probabilidades de comercialización y por lo tanto, mejorar su situación económica.

Tabla 8: ¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	1	7
Poco	4	27
No	10	67
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 4



Fuente: Tabla 8

Análisis e interpretación:

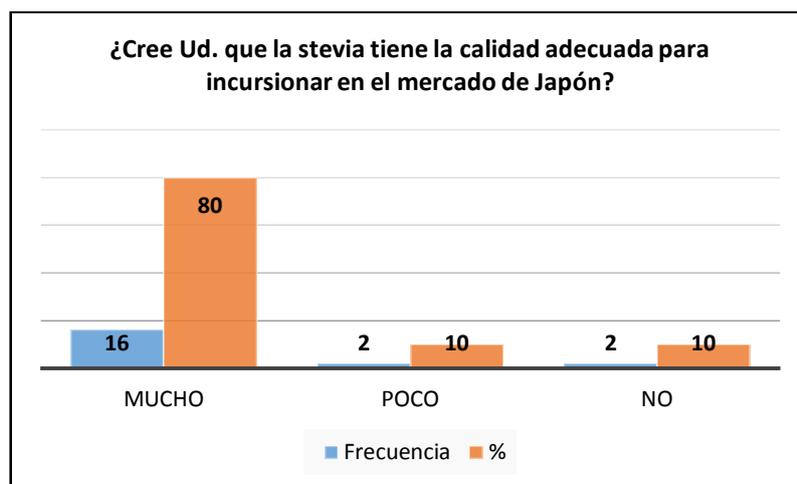
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 67%, que no hay los volúmenes de producción adecuados para atender el mercado de Japón, lo cual constituyen una gran limitante para comercializar con el exterior. Esta situación se podría revertir si los productores buscan asociarse.

Tabla 9: ¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	16	80
Poco	2	10
No	2	10
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 5



Fuente: Tabla 9

Análisis e interpretación:

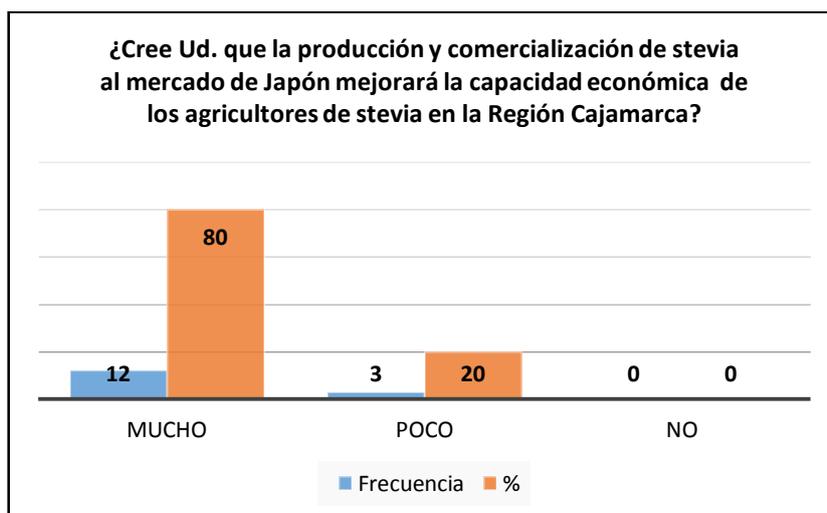
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 80%, que tiene calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón, lo cual constituyen una gran oportunidad para comercializar en este mercado tan demandante del producto.

Tabla 10: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	12	80
Poco	3	20
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 6



Fuente: Tabla 10

Análisis e interpretación:

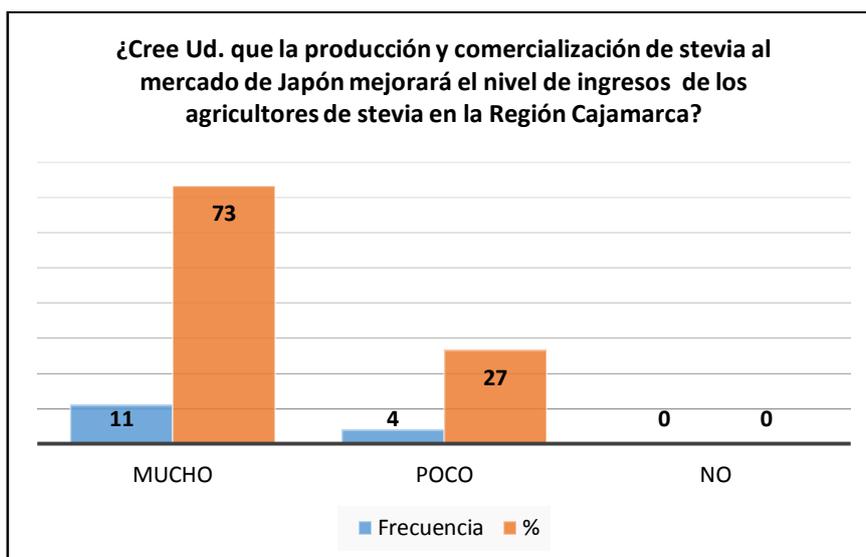
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 80%, que, si creen que la producción y comercialización de stevia para el mercado japonés mejorará la capacidad económica de los agricultores en la región de Cajamarca, lo cual incentivar a las autoridades a su promoción, mejorando sus capacidades.

Tabla 11: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	11	73
Poco	4	27
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 7



Fuente: Tabla 11

Análisis e interpretación:

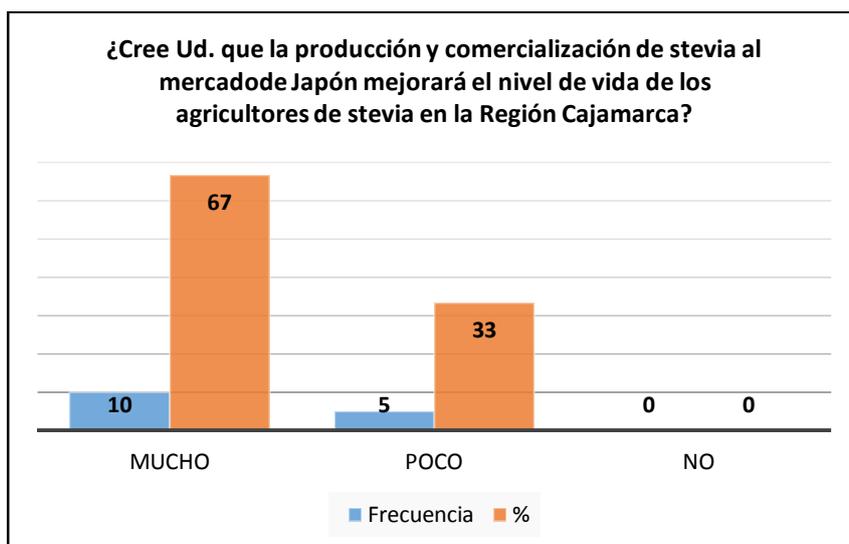
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 73%, que, si creen que la producción y comercialización de stevia para el mercado de Japón mejorará el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la región de Cajamarca, lo cual es también sumamente importante.

Tabla 12: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de vida de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	10	67
Poco	5	33
No	0	0
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 8



Fuente: Tabla 12

Análisis e interpretación:

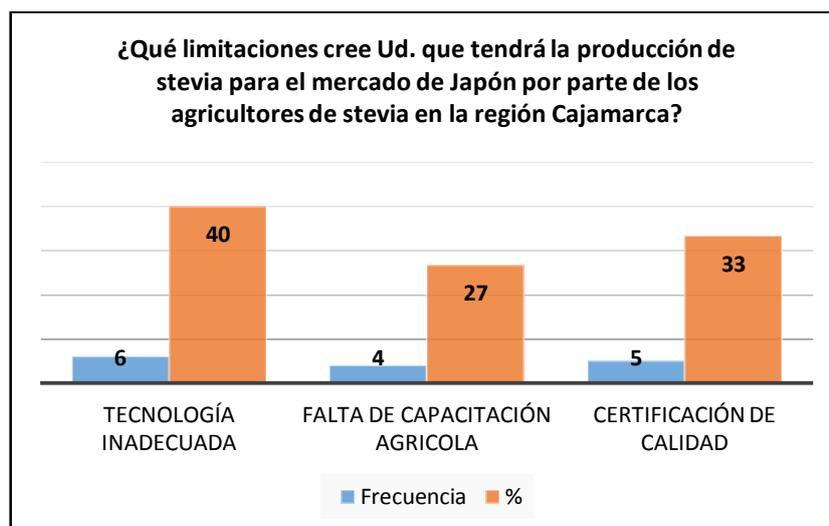
Las personas encuestadas, ante la pregunta respondieron en un 67%, que, si creen que la producción y comercialización de stevia para el mercado de Japón mejorará el nivel de vida de los agricultores de stevia en la región de Cajamarca, lo cual es también sumamente importante.

Tabla 13: ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia para el mercado de Japón por parte de los agricultores de stevia en la región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Tecnología inadecuada	6	40
Falta de capacitación agrícola	4	27
Certificación de calidad	5	33
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 9



Fuente: Tabla 13

Análisis e interpretación:

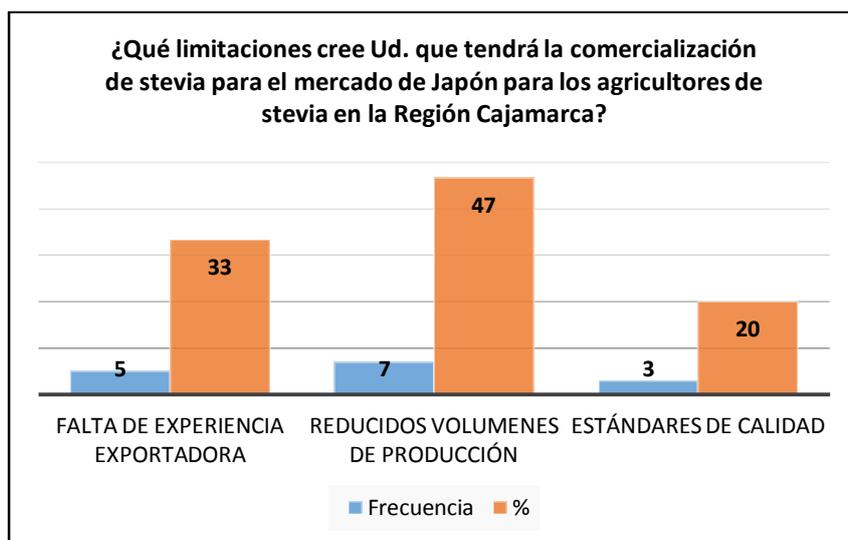
Las personas encuestadas, ante la pregunta; 40% respondieron que la tecnología inadecuada es la mayor limitante para la producción, 33% indicaron que la certificación de calidad, mientras que el 27% señaló que es la falta de capacitación. Esta situación da una pauta de lo que deben hacer las autoridades para mejorar las capacidades de los productores de stevia en la Región.

Tabla 14: ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia para el mercado de Japón para los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Falta de experiencia exportadora	5	33
Reducidos volúmenes de producción	7	47
Estándares de calidad	3	20
Total	15	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 10



Fuente: Tabla 14

Análisis e interpretación:

Las personas encuestadas, ante la pregunta; 47% respondieron que los reducidos volúmenes de producción es la mayor limitante para la comercialización al mercado de Japón, 33% indicaron que es la falta de experiencia exportadora, mientras que el 20% señaló que son los estándares de calidad. Esta situación da una pauta también de lo que deben hacer las autoridades para mejorar las capacidades de los productores de stevia en la Región.

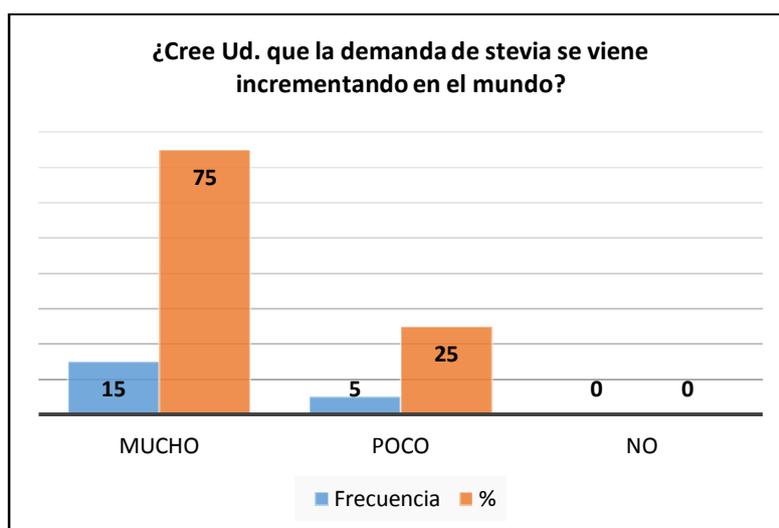
5.1.2. Encuestas aplicadas a los Productores de stevia

Tabla 15: ¿Cree Ud. que la demanda de stevia se viene incrementando en el mundo?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	15	75
Poco	5	25
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 11



Fuente: Tabla 15

Análisis e interpretación

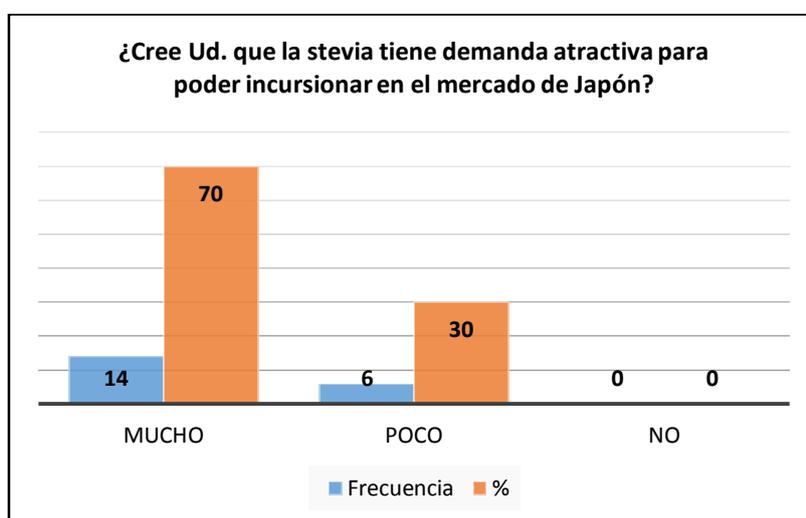
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 75% respondieron la demanda de stevia si tiene un incremento en sus índices, lo cual es muy evidente a juzgar por la información que se describe en los eventos de capacitación organizados por las autoridades especializadas.

Tabla 16: ¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	14	70
Poco	6	30
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 12



Fuente: Tabla 16

Análisis e interpretación:

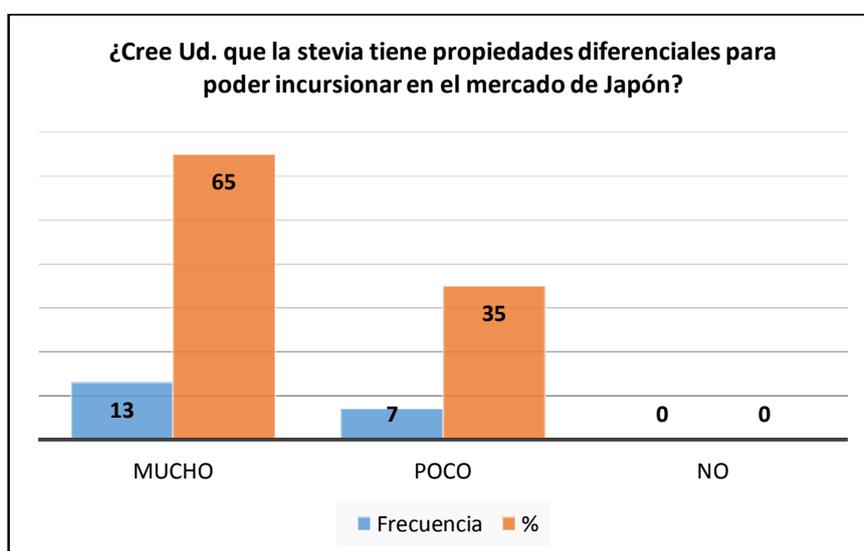
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 70% respondieron la demanda de stevia si es atractiva, lo cual es motivante para su cada vez más creciente producción en la Región de Cajamarca, con el objetivo de comercializarlo al mercado de Japón.

Tabla 17: ¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para poder incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	13	65
Poco	7	35
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 13



Fuente: Tabla 17

Análisis e interpretación:

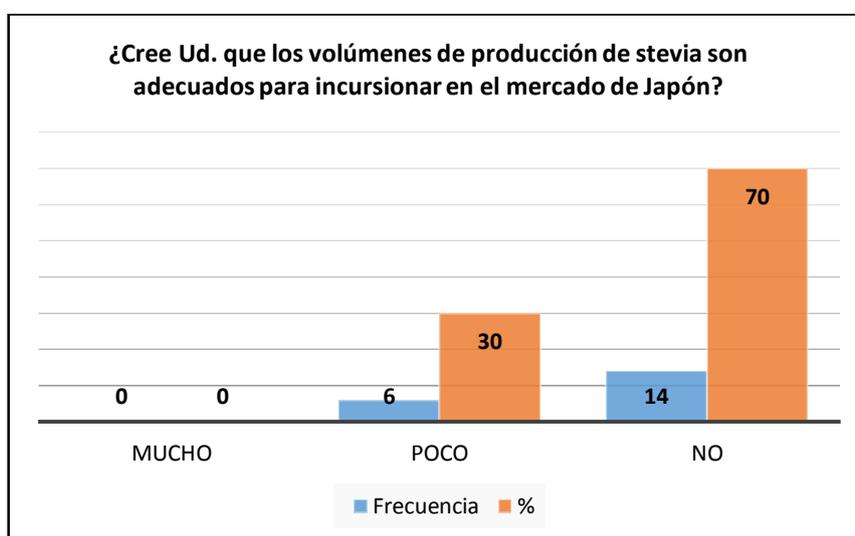
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 65% respondieron la demanda de stevia tiene propiedades diferenciales, lo cual también es motivante para su creciente producción en la Región de Cajamarca, con el objetivo de comercializarlo al mercado de Japón.

Tabla 18: ¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	0	0
Poco	6	30
No	14	70
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 14



Fuente: Tabla 18

Análisis e interpretación:

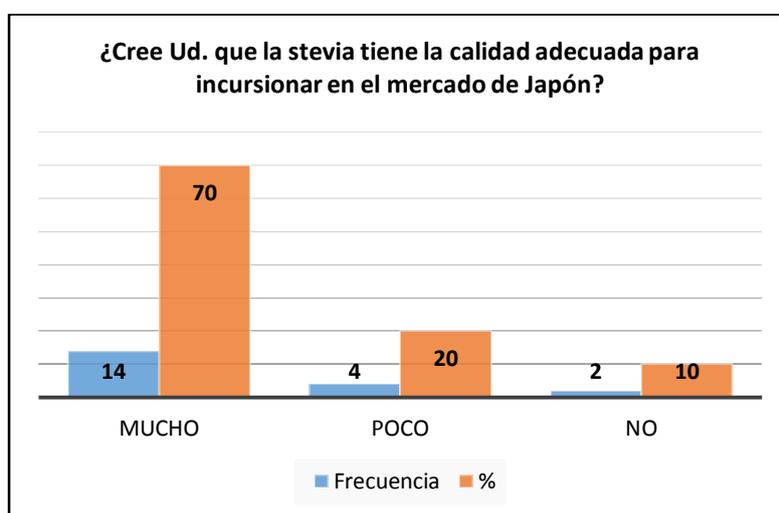
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 70% respondieron los volúmenes de producción no son los adecuados, lo cual también es un problema para los productores de stevia de la Región de Cajamarca, que tiene la idea de comercializarlo al mercado de Japón.

Tabla 19: ¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	14	70
Poco	4	20
No	2	10
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 15



Fuente: Tabla 19

Análisis e interpretación:

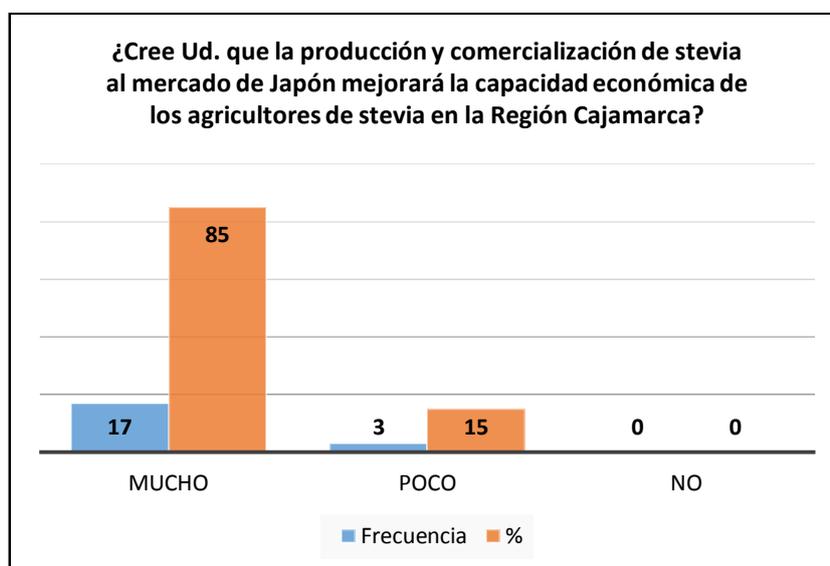
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 70% respondieron que la stevia si tiene la calidad adecuada para comercializarlo al mercado de Japón, lo es muy importante porque motiva a su producción. Este aspecto debe ser fortalecido por el mejoramiento de las capacidades que deben promover la Universidad Nacional de Cajamarca y la Asociación de Productores Ecológicos de Cajamarca.

Tabla N° 20: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	17	85
Poco	3	15
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 16



Fuente: Tabla 20

Análisis e interpretación:

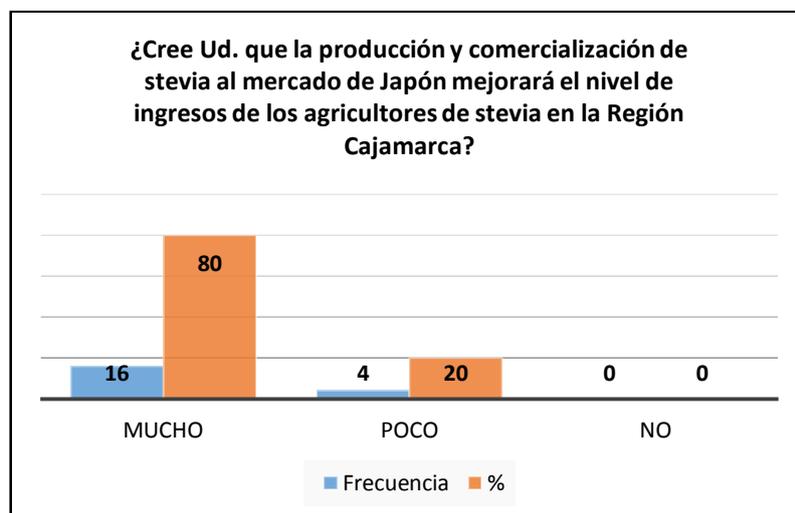
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 85% respondieron que la producción y comercialización de stevia si mejorará su capacidad económica. Este aspecto, también debe motivar a las autoridades civiles, académicas y públicas, en su afán de buscar alternativas agroindustriales a la actividad minera.

Tabla 21: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	16	80
Poco	4	20
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 17



Fuente: Tabla 21

Análisis e interpretación:

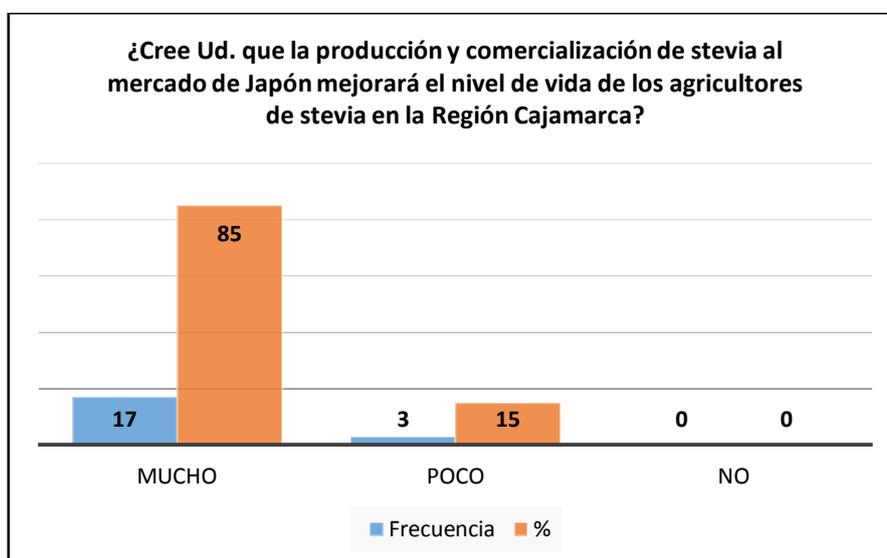
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 80% respondieron que la producción y comercialización de stevia si mejorará su nivel de ingresos. Este aspecto, también es importante para motivar a las autoridades civiles, académicas y públicas, en su afán de buscar alternativas agroindustriales a la actividad minera.

Tabla 22: ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de vida de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Mucho	17	85
Poco	3	15
No	0	0
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 18



Fuente: Tabla 22

Análisis e interpretación:

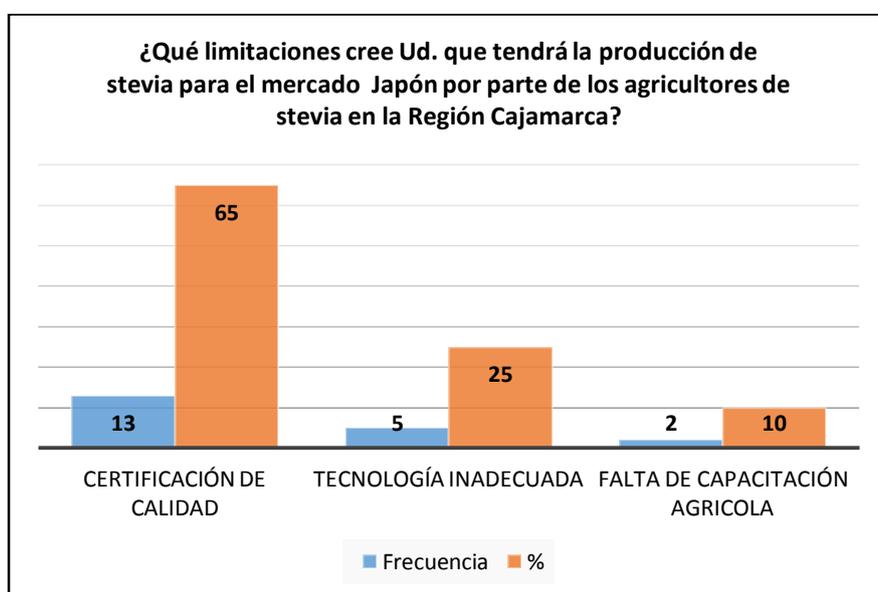
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 85% respondieron que la producción y comercialización de stevia si mejorará su nivel de vida. Este aspecto, también es importante para motivar a las autoridades civiles, académicas y públicas, en su afán de buscar alternativas agroindustriales a la actividad minera.

Tabla 23: ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia para el mercado de Japón por parte de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Certificación de calidad	13	65
Tecnología inadecuada	5	25
Falta de capacitación agrícola	2	10
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 19



Fuente: Tabla 23

Análisis e interpretación:

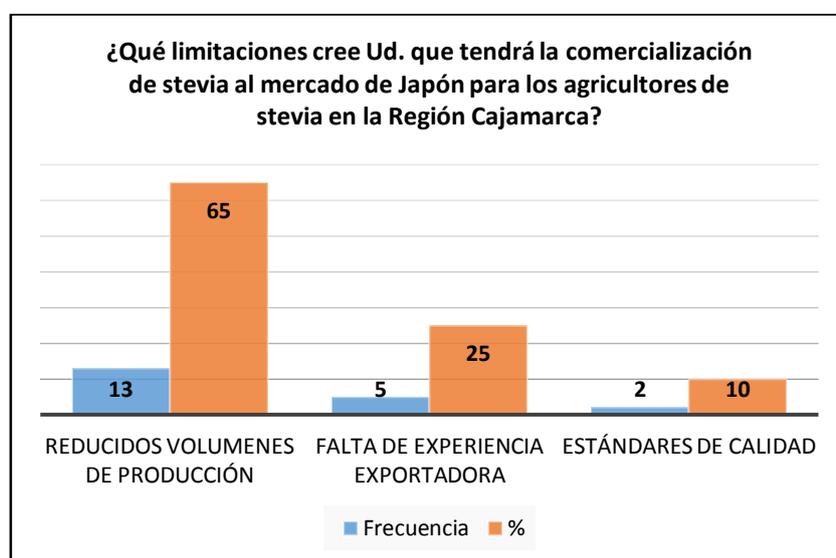
De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 65% respondieron que la mayor limitante para la producción de stevia es la certificación de calidad, 25% indicaron que es la tecnología inadecuada, mientras que el 10% señalaron que es la falta de capacitación agrícola. Esta situación preocupante, orienta a las autoridades a buscar estrategias para mejorar estos aspectos.

Tabla 24: ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia al mercado de Japón para los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Alternativas	Frecuencia	%
Reducidos volúmenes de producción	13	65
Falta de experiencia exportadora	5	25
Estándares de calidad	2	10
Total	20	100

Fuente: encuestas aplicadas

Gráfico 20



Fuente: Tabla 24

Análisis e interpretación:

De los 20 agricultores encuestados, ante la pregunta; 65% respondieron que la mayor limitante para la comercialización de stevia son los reducidos volúmenes de producción, 25% indicaron que es la falta de experiencia exportadora, mientras que el 10% señalaron que son los estándares de calidad. Esta situación preocupante, orienta a las autoridades a buscar estrategias para mejorar estos aspectos.

5.1.3. Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como propósito identificar el potencial de exportación de la stevia al mercado de Japón y su incidencia económica en los agricultores del departamento de Cajamarca, lo cual se demuestra por la evidente demanda manifestada por los traders y los agricultores que existe en el mercado mundial en general y el mercado japonés en particular, debido a que las personas tienen cada más una predisposición a demandar este edulcorante porque conocen sus propiedades favorables, debido a las mejoras de salud de las personas diabéticas y a la tendencia de consumir productos naturales sin calorías que es una megatendencia mundial ampliamente conocida.

La hipótesis planteada que indicaba que las potencialidades exportables de la stevia cajamarquina al mercado japonés inciden en forma directa y positiva en la mejora económica de los agricultores del departamento de Cajamarca, lo cual se facilita por la calidad del producto, así como por las macro tendencias presentadas en los hábitos y costumbres de los consumidores, relacionadas con el cuidado de la salud y aumento de la demanda, se corrobora por las opiniones tanto de los traders, de los productores de stevia así como por los estudios realizados a nivel internacional, nacional, local tanto en tesis como en artículos y estudios llevados a cabo por organizaciones especializadas en estos productos agrícolas.

CONCLUSIONES

1. En cuanto a la demanda potencial de la stevia en el mercado de Japón.

Tanto los traders como los productores afirman en un promedio de 80% que existe una demanda cada vez más creciente por la stevia tanto a nivel mundial como en el mercado japonés en particular que es uno de los mayores demandantes del mundo al cual abastece la China fundamentalmente. El índice de crecimiento es aproximadamente en promedio de un 4% anual desde el año 2006 al 2015.

2. En cuanto a la oferta exportable de la stevia al mercado de Japón.

La oferta nacional e internacional también tiene índice de crecimiento ya que debido a la megatendencia al consumo de este edulcorante por ser beneficiosa tanto para la salud como para la nutrición. En Sudamérica encontramos como los principales ofertantes a Paraguay y Colombia y en el mundo a la China.

Pero aun en este contexto la stevia peruana tiene características diferenciales de buena calidad que la hace muy apreciada y preferida por los consumidores del mundo, pero que se encuentra con una gran limitante que son los bajos volúmenes de producción.

3. La incidencia económica en los agricultores por la exportación de la stevia al mercado de Japón.

Definitivamente, la producción y comercialización de la stevia a juzgar por los escritos a nivel nacional y mundial, así como por la percepción mayoritaria de los actores relacionados, incide económicamente en los se dedican a la producción y comercialización debido a los volúmenes cada vez más crecientes que se demandan en el mundo y en este caso del estudio el mercado de Japón.

RECOMENDACIONES

1. Las organizaciones civiles, académicas gobierno regional, municipalidades y organismos especializados, deben seguir fortaleciendo las capacidades de los agricultores de stevia en la Región de Cajamarca, mediante permanentes pasantías a los países que tienen un adelanto tecnológico en la producción y comercialización de este edulcorante.
2. Asimismo, deben capacitar en la localidad a los productores de stevia tanto en producción como en la comercialización, en donde a universidades públicas y privadas mediante las Escuelas Académico Profesionales de agronomía y administración de negocios internacionales pueden ayudar a mejorar las capacidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar y Alvarado, (2011). La Elaboración de una Línea de Productos para Diabéticos a base de Stevia Rebaudiana”. (Tesis de licenciatura). Universidad Dr. José Matías Delgado.
- Chiavenato. (2009). *Teoría general de la administración*. México: Mc Graw Hill.
- Delgado, (2014). “Estudio de pre-factibilidad para la industrialización y comercialización de la stevia”. Lima - Perú. (Tesis de licenciatura)
- Equipo de Desarrollo Agropecuario de Cajamarca (EDAC), (2008) realizó un estudio sobre la adaptabilidad biológica para la introducción de Estevia en 6 zonas agroecológicas andinas de las provincias de San Ignacio y Chota, en el departamento de Cajamarca.
- Gianni y Rojas, (2002), Perspectivas de Producción del cultivo de la yerba dulce (Stevia Rebaudiana B), en la provincia de Mendoza. (Amazonía). (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Agraria.
- Kotler. (2010). *Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Legrand. (2013). *Administración de las operaciones de comercio internacional*. Paris: Editorial Dunod.
- López y Peña, (2004) Plan estratégico para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de edulcorante a base de stevia”. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana
- Schwalb. (2005). *Buenas Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial*. Lima - Perú: Colección Universidad El Pacifico.
- SENASA. (2012). *Proteger los actuales mercados internacionales a través de la certificación fitosanitaria*. Lima - Perú: SENASA.
- Solorzano. (2007). *La stevia un edulcorante con grandes cualidades*. Lima: Sociedad Médica de Investigaciones Enzimáticas, A.C.

- Thieffry. (2010). *Manual de exportaciones*. Lima - Perú: Universidad San Martín de Porres.
- Urbina, (2013). "Industrialización y comercialización de endulzante natural stevia, para uso instantáneo en Nicaragua". (Tesis de maestría). Universidad de Chile.
- Villarreal, (2013). "Proyecto de inversión para la creación de una empresa dedicada a la industrialización de la stevia en la Provincia de Santa Elena". La Libertad – Ecuador. (Tesis de licenciatura)
- [www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm). (11 de noviembre de 2008).
- [www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm). Obtenido de [www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones\(steviasustituto.htm](http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal1%20nuevo/actualizaciones(steviasustituto.htm)

APÉNDICES

Apéndice: 01



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

Escuela de Postgrado

Encuesta dirigida a los Traders (expertos)

La presente encuesta tiene como propósito recopilar información para determinar el potencial exportador que tiene la stevia para incursionar en el mercado de Japón, como parte del trabajo de investigación que se está realizando.

Instrucciones:

Marque con un aspa (X) la respuesta que a su entender corresponda y llene a manuscrito las que correspondan.

1. ¿Cree Ud. que la demanda de stevia se viene incrementando en el mundo?
Mucho () Poco () Nada ()
2. ¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
3. ¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
4. ¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
5. ¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
6. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?
Mucho () Poco () Nada ()
7. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de vida de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Mucho () Poco () Nada ()

9. ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia para el mercado de Japón por parte de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

.....

10. ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia al mercado de Japón para los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

.....

Gracias por su apoyo

Apéndice 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

Escuela de Postgrado

Encuesta dirigida a los agricultores de stevia

La presente encuesta tiene como propósito recopilar información para determinar el potencial exportador que tiene la stevia para incursionar en el mercado de Japón, como parte del trabajo de investigación que se está realizando.

Instrucciones:

Marque con un aspa (X) la respuesta que a su entender corresponda y llene a manuscrito las que correspondan.

1. ¿Cree Ud. que la demanda de stevia tiene un incremento de sus índices de demanda en el mundo?
Mucho () Poco () Nada ()
2. ¿Cree Ud. que la stevia tiene demanda atractiva para poder incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
3. ¿Cree Ud. que la stevia tiene propiedades diferenciales para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
4. ¿Cree Ud. que los volúmenes de producción de stevia son adecuados para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
5. ¿Cree Ud. que la stevia tiene la calidad adecuada para incursionar en el mercado de Japón?
Mucho () Poco () Nada ()
6. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará la capacidad económica de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?
Mucho () Poco () Nada ()
7. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón el nivel de ingresos de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?
Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿Cree Ud. que la producción y comercialización de stevia al mercado de Japón mejorará el nivel de vida de los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

Mucho () Poco () Nada ()

9. ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la producción de stevia al mercado de Japón para los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

.....

10. ¿Qué limitaciones cree Ud. que tendrá la comercialización de stevia al mercado de Japón para los agricultores de stevia en la Región Cajamarca?

.....

Gracias por su apoyo