



VICERRECTORÍA ACADÉMICA

DEPARTAMENTO DE CURSO MONOGRÁFICO

**Trabajo Final de Grado para optar por el título de
Licenciatura en Negocios Internacionales**

Título de la monografía:

Análisis de viabilidad para la importación de Stevia desde Bolivia para su transformación en producto en República Dominicana.

Nombres estudiantes:

Wilda Dariana Ramirez Orozco	2015-2361
José Rafael Ureña Espaillat	2015-2457
Miguel Andrés Mateo Liranzo	2016-0094

Nombres de los Profesores Asesores:

Lic. Alis Medina

Lic. Abner Lora

Coordinación Curso Monográfico: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Ávila

Distrito Nacional, República Dominicana,

2020

Índice

1. Portada.....	i
2. Dedicatorias.....	vi
3. Dedicatorias.....	viii
4. Dedicatorias.....	xi
5. Agradecimientos.....	xii
6. Resumen ejecutivo.....	xiv
7. Introducción.....	1
1. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y CONTEXTO TEORICO.....	3
1.1. Planteamiento del Problema.....	4
1.2. Objetivos Específicos.....	5
1.3. Justificación Teórica.....	5
1.4. Justificación Metodológica.....	5
1.5. Justificación Práctica.....	6
1.6. Tipo de Investigación.....	6
1.7. Métodos de la Investigación.....	7
1.8. Técnicas de investigación.....	7
1.9. Origen de la problemática.....	8
1.10. Origen de la Stevia.....	9
1.11. Características de la Stevia.....	10
1.11.1. Composiciones de las hojas.....	10
1.11.2. Usos medicinales.....	10
1.12. Producción Mundial.....	12
1.13. Producción Local.....	13

2. CAPÍTULO II: IDEA A DEFENDER Y SU CONCRECIÓN EN UN INSTRUMENTO	15
2.1. Modelo de cambio en el mercado.....	16
2.2. Logística de Importación	18
2.2.1. Análisis de la empresa importadora.....	18
2.2.2. Proveedor	19
2.2.3. Aranceles y leyes aplicables	19
2.2.4. Pasos para realizar una importación.....	20
2.2.5. Documentos requeridos para una importación	21
2.2.6. Formalidades y embalaje de importación	22
2.2.7. Liquidación y cálculos de atributos	25
2.3. Proceso de transformación.....	27
2.3.1. Extracción y triturado de la planta.....	27
2.3.2. Transformación	28
2.3.3. Envasado del producto final.....	34
2.4. Distribución.....	37
2.4.1. Factores a considerar en la distribución de productos: tamaño de la orden, nivel de inventario, tiempo de entrega.....	37
2.4.2. Estrategias de distribución y su relación con la producción.....	38
2.4.3. Funciones de los Canales de Distribución	39
2.4.4. Estrategias para implementar	40

3. CAPÍTULO III: EJEMPLIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN DEL PROBLEMA	42
3.1. Valoración y ejemplificación del modelo de cambio	43
3.1.1. Análisis FODA.....	44
3.2. Estudio de mercado.....	45
3.2.1. Segmentación del mercado	45
3.2.2. Compradores potenciales	45
3.2.3. Características base de los futuros clientes.....	46
3.2.4. Demanda de Stevia	47
3.2.5. Demanda local	49
3.2.6. Análisis de resultados	50
3.3. Análisis de precios.....	53
3.3.1. Precio de minorista	53
3.3.2. Precio de mayorista	55
3.3.3. Precio internacional de la Stevia.....	56
3.3.4. Comercialización.....	57
3.4. Análisis de campo	58
3.4.1. Proceso del análisis de campo	58
3.4.2. Establecimientos seleccionados para obtención de información	59
3.4.3. Obtención de información.....	59
3.4.4. Análisis de datos extraídos en la observación del comportamiento del consumidor	60
3.5. Viabilidad financiera	61

3.6. Diagnóstico.....	64
Conclusiones	66
Recomendaciones	68
Lista de referencia	70
ANEXOS	74
Encuesta uso de edulcorantes como sustituto de azúcar.....	75
Estadística de encuesta	77
Documentos para la Importación.....	81

Dedicatorias

Esto va dedicado primero a Dios y luego a mí, por poner de mi parte, por mis esfuerzos y astucia en construir camino sobre vereda, en los momentos más difíciles puse empeño y valentía para seguir adelante, a Dios las gracias por ayudarme a ser quien hoy soy.

A mis padres Rubén D. Ramirez y Wendy J. Orozco, por hacer posible todo esto, con sus esfuerzos de cada día y ser venero de motivación en mi vida encaminada al éxito.

A mis hermanas Idarlin y Daimy por estar presentes aportando buenas cosas y ser fuente de apoyo cuando lo necesitaba.

A mi tía Sandra Orozco mujer fuerte y valiente, por ser una segunda madre, un soporte incondicional, gran consejera, y mi admiración.

A mi compañero de vida y mejor amigo Fermín Erviti, con tu amor y benevolencia, por siempre brindarme tu ayuda, por ser mi mayor inspiración, motivación, felicidad y gran instructor para mi vida, por ser el ingrediente perfecto para poder alcanzar este logro y muy merecido éxito.

A todos mis buenos amigos que siempre han estado ahí, en las buenas y en las malas: Mis mejores amigas y hermanas de corazón: Ninoska Cornielle y Raidhy Herrera, a mis hermanos de otra madre: Adony C., Junior M., Michael J., Carlos P. y Arnaldo Á. J. (Chino), a esas amigas extraordinarias que han estado a lo largo de mi trayectoria: Krisbel R., Danna L., Camila U., Mikenda S., Winny G., Loryn F.

y Noelia P., por todos esos momentos de risas, tristezas y desespero, los quiero a todos.

A mis compañeros en este proceso: Miguel A. Mateo y José Ureña, por unir nuestros esfuerzos y hacer de este, lo mejor de nosotros.

Para cada uno de ustedes es esto, lleven consigo un pedacito de este logro.

Wilda D. Ramirez Orozco

Dedicatorias

Este trabajo de investigación se lo dedico primero a Dios, por darme siempre las fuerzas necesarias para seguir adelante y ser fuente de energía en los momentos más difíciles.

A mis queridos padres que tanto amo, José Honorio Ureña y Elsa Mercedes Espaillat que desde niño me inculcaron el valor de la responsabilidad y amor al trabajo. Gracias por apoyarme en este recorrido desde el primer día hasta el final. Sin ustedes esto no sería posible, estaré eternamente agradecido, los amo.

A mis hermanos Joel José Ureña y Hayrold José Ureña por ser ente de inspiración en este recorrido y por darme buenos consejos en todo momento.

A María Victoria Espaillat, por estar presente y apoyar todo este proceso, por ser como una hermana, hoy comparto este éxito contigo.

A mi abuela Victoria Sandoval por todo el amor que desde niño me entregó y por todos los momentos felices que ella ha estado presente en mi vida.

En memoria de mis abuelos José Honorio Ureña Muñoz y Dulce Milagros Muñoz que me enseñaron grandes valores y aprendizajes. Hoy les dedico este trabajo, deseando que estuviesen viendo este momento tan importante de mi vida.

A mis mejores amigos, Odimarys Valdez y Saúl Coste por estar siempre presentes en mis mejores momentos. Por apoyarme y aconsejarme cuando más lo

necesitaba. Por ser parte fundamental de lo que hoy he logrado. Gracias, chicos, los amo.

A mis amigos Rosemarie Suazo, Josiel Nicole José, Nelissa Rosario, Elba Jimenez, Stheysy De Los Santos. Gracias por todos los momentos que hemos pasado juntos y apoyarme en este recorrido.

A Adolkis Miguel, por ser pilar en este recorrido. Por darme los mejores consejos cuando los necesité, por ser esa persona que estuvo siempre presente y que me hizo sacar la mejor parte de mí. Por ser aparte de mi mejor amigo, la persona que necesitaba en este trayecto. Estaré siempre agradecido contigo, hoy te dedico este esfuerzo.

Y en general a todas las personas que forman parte de mi vida. A mis sobrinos Harold, Isbel y Hamlo. A mis cuñadas Melissa y Anabel. A mis tíos, en especial a Ydania por tenerme siempre presente y por todo el amor que me ha entregado. A Marina, mi segunda madre que está en el cielo y sé que este logro lo está disfrutando.

Este éxito que hoy les dedico a todos ustedes lo hago desde el fondo de mi corazón. Sin todos ustedes esto no hubiese sido posible, gracias a todos por formar parte de mi vida y generar los mejores momentos.

“Siempre hay que encontrar el tiempo para agradecer a las personas que hacen una diferencia en nuestras vidas”.

John F. Kennedy

Con amor,

José Rafael Ureña Espaillat

Dedicatorias

A mis padres, Nuris Liranzo y Andrés L Mateo, por ser la fuerza y el apoyo que siempre he tenido dentro de estos años, aconsejándome siempre a lo largo de esta travesía y brindándome su amor incondicional.

A mi abuela, Isidora Lorenzo, por ser mi mayor motivación para ser mejor persona y profesional cada día, el ejemplo de vocación de servicio y bondad que ella me ha brindado no existe en ninguna página de libro, para mí, es la mejor persona que he conocido y eso me motiva a tener ese impacto en los demás.

A mis hermanos, Carlos, Andrés Raúl y Gisselle, por siempre estar ahí para mí en cualquier momento que les necesite.

A mi compañera de vida, Maryan Cortorreal, por siempre creer en mi aun en mis momentos más débiles, por siempre apoyarme con su amor en cada momento de mi vida, por ser una de mis guías en este proceso aportando con sus conocimientos y comprensión.

Miguel A. Mateo Liranzo

Agradecimientos

Agradecemos a Dios en primer lugar por darnos la dicha de poder llegar a este punto de culminación de nuestra licenciatura. Gracias a él, por darnos salud, conocimientos y fuerzas para poder concluir de forma satisfactoria este ciclo. Por ser guía y protector en todo momento de nuestra carrera. Gracias, Señor.

A nuestros familiares, por ser las columnas vertebrales desde el inicio de este proceso, por brindarnos todo el apoyo necesario para poder terminar esta etapa tan importante de nuestras vidas. Sirviéndonos siempre de sostén en cada momento, de motivarnos a seguir hacia delante y no desistir en los momentos más difíciles que atravesamos en todo el proceso. Estaremos eternamente agradecidos de todo el esfuerzo que hicieron por nosotros, gracias.

Les agradecemos a nuestros asesores de monografía, el Lic. Alis Medina y el Lic. Abner Lora, por todo el apoyo y dedicación que nos han brindado. Por respetar nuestras sugerencias e ideas y por ser guías para nosotros en todo este recorrido.

Un sincero agradecimiento a todos esos maestros que nos marcaron en este recorrido de nuestra licenciatura, en especial a nuestra amiga y maestra, la queridísima Dra. Elizabeth Areno. Por toda la sabiduría, enseñanzas, dedicación que pusieron en nosotros. Todos ustedes son parte de lo que hoy somos y seremos en nuestra vida profesional. Siempre les vamos a recordar por todo el empeño, entrega y conocimiento que nos transmitieron.

A nuestra alma mater, que se convirtió en nuestra segunda casa por varios años. Por creer en nosotros y alojarnos en sus modernas instalaciones. Poniendo en práctica sus valores como institución de respeto, calidad de servicios, eficiencia e igualdad ante todos. Siempre agradecidos de pertenecer a esta comunidad, orgullosos de ser egresados de UNAPEC.

A nuestros compañeros de carrera, por todos los momentos agradables que compartimos en todo este viaje. Todos nosotros con el mismo propósito, gracias por el apoyo incondicional, consejos, y el aprendizaje que fuimos desarrollando en toda nuestra carrera.

Un agradecimiento a todas esas personas que aportaron su granito de arena para nosotros poder llegar hoy a donde estamos. En el recorrido, conocimos personas extraordinarias, que colaboraron para hacer de nuestro viaje universitario un proceso más agradable y confortable. Ustedes son parte de lo que somos hoy.

Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Es un esfuerzo total, es una victoria completa.

-Mahatma Gandhi.

Resumen ejecutivo

En República Dominicana “La prevalencia de diabetes está creciendo de una manera alarmante y en proporciones epidémicas, y la población infantil no está a salvo y requiere una atención preferente en estrategias de apoyo, control y prevención” (Salud O. M., 2018), por lo que es requerido concientizar la población al consumo de productos saludables bajos en azúcares como la Stevia, la cual es abastecida por países como Bolivia, Perú, china, Taiwán y México en estado natural, es decir, directamente la planta para su procesamiento en la industria alimenticia dominicana, nuestro objetivo general era realizar un análisis de viabilidad para la importación de Stevia desde Bolivia para su transformación en producto dentro de República Dominicana, que arrojó resultados positivos para la implementación de un proyecto a base de la planta Stevia, como edulcorante natural sustituto de la azúcar de caña y diversificando la oferta nacional como sector de gran potencial, el logro de los objetivos específicos fue satisfactorio ya que al analizar los riesgos, costos y beneficios del proyecto nos dio como resultado una rentabilidad, conocimos todos los aspectos concernientes a la importación de la Stevia y bajo estudios de mercado establecimos la oferta y demanda en República Dominicana referente al consumo de Stevia, la metodología utilizada fue a través de encuestas, haciéndolas llegar mediante redes sociales a personas que no sufrían de diabetes ya que estos últimos necesitan edulcorantes para su correcto vivir, los hallazgos más innovadores del tema fueron que el 67.5% de los encuestados conocían la Stevia, mas no los atributos positivos que aporta a la

salud de los consumidores, el 61.6% de haber conocido los beneficios, la consumirían, esto da a relucir que el conocimiento acerca de la Stevia es poco y que con un correcto plan de marketing se incentiva a gran escala el consumo de la misma. En general, con la correcta inserción de nuestro producto en la sociedad principalmente con el fomento del cultivo y la importación, podríamos hacer de este producto, una marca país de calidad.

Introducción

La tendencia hacia la comida sana y el consumo de productos con bajas calorías ha incrementado nuestro interés por implementar un endulzante alternativo al azúcar, a partir de estevia. La Stevia rebaudiana es una planta herbácea que gracias a sus componentes activos esteviosido y rebaudiosido representa una gran opción para satisfacer demandas de azúcares o edulcorantes naturales, al no presentar calorías y si presentar propiedades medicinales como anti-hiperglucémicas, entre otras, aportar al cambio de estilos de vida de las personas a través de esta, con todos los beneficios a la salud que emanan de la misma, es una gran decisión cambiar el azúcar por la Stevia.

La presente propuesta busca potencializar la actividad económica de República Dominicana, a través del estudio de viabilidad para la importación de estevia, logrando así su transformación en producto para la distribución nacional, satisfaciendo la demanda de los habitantes que buscan una alternativa al azúcar de caña y que padecen algún tipo de enfermedad la cual tienen que quitar total o parcialmente el azúcar de su ingesta o los que optan por llevar una vida con estándares de calidad más altos.

Analizando los riesgos, costos y beneficios que el proyecto tendría. Se establecerán cuales son las ofertas y demanda que presenta el mercado dominicano de la Stevia y se estará determinando cuales son los procesos aduanales y logístico para su importación. Evaluando su producción mundial y

local, procesos de distribución, triturado y transformación de la Stevia. Estudio de mercado y análisis de campo, viabilidad financiera y diagnóstico.

CAPÍTULO I:
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y CONTEXTO TEORICO

1.1. Planteamiento del Problema

La República Dominicana es un país que representa un gran potencial para importar la estevia, debido a la gran tendencia por la acogida de la vida sana y el consumo de productos con bajas calorías o sin ellas, sin embargo, la importación desde Bolivia y acogida de un producto totalmente innovador nos hizo tener mayores necesidades a la hora de analizar nuestro público meta o potenciales clientes, basándonos en la recolección de muestras y los análisis de mercado.

Nuestros suelos representan un gran potencial de cultivo de esta planta, actividad que es necesaria para una parte del desarrollo del proyecto, ya que se importa el plantin con estos fines, basándonos en su reproducción asexual podemos llenar hectáreas de este beneficioso producto que aparte de tener muy altos beneficios a la salud es necesitado al igual que sus derivados, para la sobrevivencia de otros, más de un 14% de la población dominicana sufre de diabetes y más de un 55% sufre de sobrepeso por la alta ingesta calórica a la que están sometidos, se necesita productos como estos para combatir el sobrepeso y prevenir lo más posible la obtención de la diabetes a temprana edad producto de la ingesta de azúcar descontrolada.

1.2. Objetivos Específicos

- Analizar los riesgos, costos y beneficios del proyecto.
- Establecer la oferta y demanda en República Dominicana referente al consumo de Stevia.
- Evaluar la viabilidad del proyecto en base al análisis productivo, importable y de distribución, para comprobar la viabilidad financiera.
- Gestionar y conocer los aspectos aduanales y logísticos para la importación de Stevia.

1.3. Justificación Teórica

La Stevia rebaudiana es una planta cultivada tradicionalmente en Bolivia y Paraguay que se utiliza como sustituto del azúcar.

Nuestro proyecto abarca muchas aristas discutibles, ya que no solo proponemos un producto sustituto de los endulzantes convencionales con un poder de dulzor más alto y 0 calorías, también, la misma es aplicable a productos como el pan, cerveza, refrescos, etc., que podría cambiar todo un régimen alimenticio.

1.4. Justificación Metodológica

Basamos nuestra búsqueda de información en diferentes fuentes de internet, libros, trabajos de grados, ensayos de carácter científico, etc., y podemos basar nuestra búsqueda de conocimiento e información en ciertos enunciados o párrafos

que dan sustento a nuestro proyecto de investigación, como son: “El consumo de alimentos y bebidas que contienen edulcorantes no calóricos ha aumentado significativamente en los últimos años, en Estados Unidos un 86 % de la población consume alimentos y bebidas bajos en azúcares” (Salud O. M., 2018).

1.5. Justificación Práctica

En nuestro país existen múltiples impactos positivos de esta planta, aportando a la salud de más de millones de personas, en la cual más del 13% de la población dominicana sufre de diabetes y los que no, llevan un estilo de vida saludable. “La Stevia contiene antioxidantes que ayudan a neutralizar Las células causantes del cáncer, enfermedades cardiovasculares y las diabetes presentes en la sangre, actuando como captadores de oxígeno y no mostrando efectos secundarios tóxicos” (Lemus-Mondaca). Análisis en distintos laboratorios han demostrado que la Stevia es extraordinariamente rica en hierro, magnesio y cobalto, no contiene cafeína y posee efectos antioxidantes.

1.6. Tipo de Investigación

El tipo de investigación a utilizar es la no experimental, nos ayudará a observar y analizar lo propuesto en nuestra investigación, la descriptiva, nos ayudará a describir los procesos para la importación de la planta y para comercializarlo una vez se encuentre en el país, la casual que nos ayudará a explicar las razones y relaciones que existen en nuestras variables y la correlacional, ya que sus

variables tienen una relación mutua en obtener los resultados esperados, como la viabilidad y la rentabilidad de dicho proyecto, como es el caso de este análisis.

1.7. Métodos de la Investigación

Utilizaremos el método cuantitativo para poder comparar los datos de orientación a los números, también el método cualitativo, basándonos en la confiabilidad, credibilidad, transparencia de los datos recolectado.

1.8. Técnicas de investigación

Dentro de las técnicas a utilizar esta la observación que nos ayudará a confrontar las variables. Por otra parte, utilizaremos el experimento, como parte esencial, para así controlar, medir, comprender las causas y consecuencias, minimizando los riesgos de las variables que sean desconocidas.

1.9. Origen de la problemática

Según la OPS (2019) en República Dominicana “La prevalencia de diabetes está creciendo de una manera alarmante y en proporciones epidémicas, y la población infantil no está a salvo y requiere una atención preferente en estrategias de apoyo, control y prevención” por lo que es requerido concientizar la población al consumo de productos saludables bajos en azúcares como la Stevia, la cual es abastecida por países como Bolivia, Perú, china, Taiwán y México en estado natural, es decir, directamente la planta para su procesamiento en la industria alimenticia, dentro del territorio dominicano existen un poco más de 2 millones de personas de las cuales más de 1.4 millones necesitan edulcorantes para el correcto desenvolvimiento de su salud, lo cual nos aporta una alta viabilidad a la hora de elegir importar este producto y transformarlo para el apto consumo, algunos de los aspectos positivos de la Stevia a la hora de elegir esta como edulcorante son: Ayuda a mantener el peso, reduce la retención de líquidos, previene enfermedades cardiovasculares y posee propiedades antibacterianas, entre los aspectos encontrados como negativos están: Puede provocar molestias estomacales y puede resultar alérgica en ciertas personas, los aportes positivos son claramente superiores a los negativos estos se desprenden de condiciones especiales del individuo que la consume, mas no de la generalidad que caracteriza a las personas saludables, trazando así todo un marco positivo refiriendo al entorno en que la Stevia será comercializada en República Dominicana para la necesidad de muchos y el deseo de otros.

1.10. Origen de la Stevia

La Stevia fue descubierta por los guaraníes en Paraguay, usando esta como un endulzante natural hace más de 2,000 años. El botánico y naturalista suizo Moisés Bertoni, fue la primera persona en describir esta planta científicamente. Luego de estudio científico, el químico de origen paraguayo Ovidio Rebaudi descubrió en el año 1900 un glucosídico de este tipo de especie vegetal bautizándose: Rebaudiana Bertoni (Arnaud, 2018, pág. 1).

Según (Arnaud, 2018, pág. 2) “Esta planta es usada por los habitantes de las regiones sudamericanas, específicamente en Paraguay desde los tiempos precolombinos como un excelente edulcorante para mates e infusiones”. Luego del primer análisis científico hecho por Rebaudi, la hija y el yerno de éste hicieron la domesticación y cultivo de la planta alrededor de 1964 (Axayacatl, s.f.).

1.11. Características de la Stevia

1.11.1. Composiciones de las hojas

Las hojas de la Stevia poseen alrededor de 40% de sustancias hidrosolubles, dentro de estas se encuentran los glicosídicos de esteviol, fibras, fosforo, hierro, vitaminas A y C. La hoja es 40 veces más dulce que la azúcar extraída de la caña (Baquero, 2011, pág. 26).

1.11.2. Usos medicinales

Agustina López (2015) detalló y explicó los usos medicinales de la Stevia, presentados a continuación:

- **Combate la diabetes:** Los profesionales de ciencias de la salud recomiendan a los pacientes que tienen diabetes tipo 1 a consumir Stevia como endulzante natural, gracias a que esta tiene un efecto muy reducido en los niveles de azúcar en la sangre.
- **Ayuda a reducir el peso corporal:** Los estudios han comprobado que utilizar la Stevia como sustituto de la azúcar de caña, estimula la pérdida de peso por esta tener pocas calorías y no generar una dependencia en su consumo.

- **Regula la presión sanguínea:** La Stevia tiene la posibilidad de poder dilatar los vasos sanguíneos, haciendo que se eliminen excesos de sodio en sangre haciendo que la presión sanguínea y el ritmo cardiaco se estabilice.
- **Reduce la posibilidad de tener osteoporosis:** La estevia incita a la absorción de calcio al cuerpo y mejora la capacidad ósea del cuerpo.

1.12. Producción Mundial

La producción mundial de esta planta es entre las 100 mil y 200 mil toneladas, el principal productor es China, con aproximadamente el 75 por ciento, Paraguay el 8 por ciento. Otros países productores son Brasil, Argentina, Bolivia, Colombia, Perú, Tailandia, Corea, Rusia, Indonesia, India, Australia, España, Canadá, Costa Rica, Kenia y Estados Unidos; Actualmente se ha difundido en otros países, entre los que se incluyen México y Vietnam. Los principales países importadores son: Japón: China, Malasia, Israel, Corea del Sur y Brasil (Lázaro, 2018, pág. 10).

Aunque España es productor de estevia, el consumo en su territorio está condicionado ya que todo lo que cultiva, o sea unas 160 toneladas anuales, se exporta principalmente a Alemania. En 2010 se abrió una ventana legal en la comercialización de este producto, lo que permitió su distribución en Francia (Lázaro, 2018, pág. 11).

1.13. Producción Local

De la producción de China, esta se comercializa en un 50 por ciento en su mercado interno. El gigante asiático realiza exportaciones a Japón (alrededor del 40 por ciento de su producción) mientras que el 10 por ciento restante se comercializa en Corea, Indonesia y los Estados Unidos (Adorno, 2016).

La producción local de Stevia se encuentra un tanto mermada por la demanda nacional, aunque la misma va en aumento, aún no existe una producción en masa de la Stevia, pero existen lugares de nuestro país que se produce como son: Cabrera, provincia María Trinidad Sánchez, Santiago, Monte Plata (Bayaguana), entre otros. Existen un poco más de 200 tareas de tierra sembradas en el territorio nacional (Polanco, 2015).

En 2018 Porta y Anadón, emprendedores orgullosos, comenzaron el cultivo hace 6 años a la fecha actual (2020) y han logrado plantar 32 tareas en cosecha plena. Para ampliar el proyecto han hablado con otros agricultores de Cabrera, provincia María Trinidad Sánchez. Según argumentan “Hemos tenido que vencer muchos obstáculos. Para comenzar, buscamos semillas de plantas de Stevia criollas, hicimos un vivero en bandejas para iniciar el desarrollo de las matas. Cuando tenían una altura normal las sembramos”. “En la colectividad donde opera el proyecto tenemos unos agricultores que se interesan en participar en este tipo de producción, a los cuales pensamos sembrarles las parcelas para comprarles las cosechas de Stevia. Se trata de un arbusto que podando varias veces se va desarrollando, porque a lo primero es una sola mata durante un año. En ese

período, hay que podarla (cortarla varias veces) y así se va desarrollando. A partir de ahí, se cosecha cada dos meses”. Estos aseguran que la variedad criolla de Stevia produce alrededor de una tonelada por cosecha de hojas secas en una hectárea (16 tareas). “Además, estamos contemplando colocar las hojas de Stevia en fundas. También estamos pensando en refrescos de Stevia en botellitas con y sin gas. Pero, la gente puede preparar su propio refresco de Stevia, triturándola o molerla en una licuadora” (Rubens, 2018).

CAPÍTULO II:

IDEA A DEFENDER Y SU CONCRECIÓN EN UN INSTRUMENTO

2.1. Modelo de cambio en el mercado

En República Dominicana los edulcorantes son necesarios y deseados por gran parte de la población nacional, la inserción de manera más directa o agresiva en el mercado de la Stevia dará la posibilidad de dotar a millones de personas de tan beneficioso sustituto del azúcar, prestando así la facilidad de que las personas que padecen de diabetes o con estilos de vida fitness tengan alcance a una mejor forma de adquirir la Stevia, las formas de 1, 5, 10 y 50 libras o paquetes de la misma cantidad pero con hojas secas para su transformación de manera personal (Te o miel), cooperarán al rendimiento económico de los individuos que adquieran el producto, ya que en este tipo de presentación se reducen los costos porque no hay que crear cajas adicionales para llenarlas con muchos sobres pequeño de contenido (en el caso de que fuese granulada), el paquete de 50 libras está pensado para que comerciantes que viven de surtir a personas del mundo del fitness con alimentos o materia prima que posean 0 calorías para sus regímenes dietéticos también para cualquier otro que quiera agregar a su segmento de bebidas o comidas la opción de endulzar con Stevia, ya que muchas personas por decisión propia rebajan o neutralizan el consumo de azúcar teniendo como única opción edulcorantes, la diabetes y los malos hábitos alimenticios están abarcando mucho terreno en nuestro país, más del 50% de los habitantes sufren de obesidad o de sobrepeso y de ahí se desprenden enfermedades cardiacas, físicas, diabetes, etc.

Sabiendo las bondades de la Stevia, gran parte del territorio nacional podría tener la suficiente motivación para cambiar su estilo de vida comenzando por eliminar total o parcialmente la ingesta de azúcar y usando Stevia, esto sin contar a los que dependen de edulcorantes para el correcto funcionamiento de su cuerpo, preservar y mejorar la salud en conjunto con los hábitos alimenticios de las personas es lo que se busca con hacer del consumo de la Stevia algo habitual que pese a que es más cara que la azúcar convencional, las dosis para endulzar son 300 veces inferiores ya que el dulzor de esta planta en su forma granulada o en hojas secas (con el proceso de evaporación conjuntamente con el agua para hacer miel o té), es superior en dicha proporción por lo que tenerla en nuestro supermercados, mercados y tiendas de productos fitness en su forma de 1, 5, 10 y 50 libras daría un gran aporte a la economía y la salud de quienes dependen de sustitutos del azúcar o de quienes por decisión propia quieren aumentar su calidad de vida.

2.2. Logística de Importación

2.2.1. Análisis de la empresa importadora

Nombre comercial: Industrias MAJOTA

¿Quiéres son?

Empresa Boliviana que surge con iniciativa e inversión propia, dedicada a diversos proyectos de agricultura e industriales, con políticas innovadoras, que busca aplicar su conocimiento y tecnología desarrollada en Bolivia, sobre la base de los conocimientos obtenidos por su creador y fundador el Ing. Víctor José Taborga Montecinos, en países como México (tecnológico de Monterrey), Japón, Corea, Alemania, España, y otros. Para constituirse en la primera iniciativa privada en el país, aplicando una nueva reingeniería de industria, ejemplo de trabajo y calidad de vida (Montecinos, 2012).

Empezaron con sólo 300 plantitas para propagarlas vegetativamente, luego hicieron 5000 plantines, luego 40.000, luego 500.000 y a la fecha nos encontramos produciendo 3.000.000 de plantines a escala comercial para la producción (Pando, 2008).

2.2.2. Proveedor

Nuestro proveedor de la planta de Stevia será Industrias MAJOTA, la cual se encargará de iniciar nuestro proceso de producción en la República Dominicana, abasteciéndonos con una única importación de 144 plantines de Stevia Rebaudiana.

Encargado: Víctor Taborgara

Servicios brindados: Importaciones, exportaciones, maquinarias y agricultura.

Sitio Web: www.steviamajota.com

Dirección: Zona 16 de febrero Av. Santa Fe, esquina Cordillera Real n° 4225, La Paz, Bolivia.

2.2.3. Aranceles y leyes aplicables

Producto: Stevia Rebaudiana

Código arancelario: 1211.90.90

Gravamen e ITBIS: 0%

Leyes para Importación: Agricultura y Medio Ambiente

Normas Internacionales: CODEX Alimentarius

Acuerdo comercial: No aplica.

2.2.4. Pasos para realizar una importación

Según expresa Niurka Beato (2014), los pasos para realizar una importación desde y hacia República Dominicana, es necesario completar unos procesos y obtener los documentos requeridos, los que detallo a continuación:

1. Registro del nombre en la institución correspondiente
2. Registro como persona física o persona jurídica
3. Registro nacional del contribuyente (en caso de Rep. Dom.) o identificación personal
4. Solicitar mediante una comunicación a la institución perteneciente a aduanas, el registro en el SIGA como importador o exportador.
5. Obtener el Token en la aduana para tener acceso al sistema SIGA y realizar el registro en la consultaría jurídica de la aduanas.
6. Poseer conocimiento sobre: legislación aduanera, nomenclatura arancelaria, procedimientos aduaneros (declaración aduanera, regímenes aduaneros, endoso, verificación y aforo, aplicación de preferencias arancelarias, acuerdos comerciales, despacho a priori, verificación a destino, despacho expreso, fiscalización a posteriori), así como conocer de las implicaciones de la mala declaración aduanera por: partida arancelaria, subvaluación, sobrevaluación, origen, entre otros. además, conocer sobre los ilícitos aduaneros.
7. Para casos de zonas francas, contar con el requerimiento del consejo de zonas aduanas en la demarcación de su país de origen.
8. Tener en cuenta, cuando se trate de mercancías restringidas y prohibidas.

2.2.5. Documentos requeridos para una importación

1. Manifiesto de carga.
2. Declaración única aduanera.
3. B/L o conocimiento de embarque (transporte marítimo), guía aérea (transporte aéreo), carta de porte (transporte terrestre).
4. Factura comercial.
5. Certificado de origen (cuando en caso obligatorio que se apliquen preferencias arancelarias de los acuerdos comerciales).
6. Diploma o título fitosanitario y zoonosanitario (hortalizas, animales, carnes, otros).
7. Certificado de no objeción (medicamentos, maderables...).
8. Certificaciones casos zonas francas.

Estos documentos pueden ser generados u obtenidos en la Dirección General de Aduanas, en el Ministerio de Agricultura, en el Ministerio de Medio Ambiente, en el Ministerio de Salud Pública en las demarcaciones correspondientes (Alba, 2014).

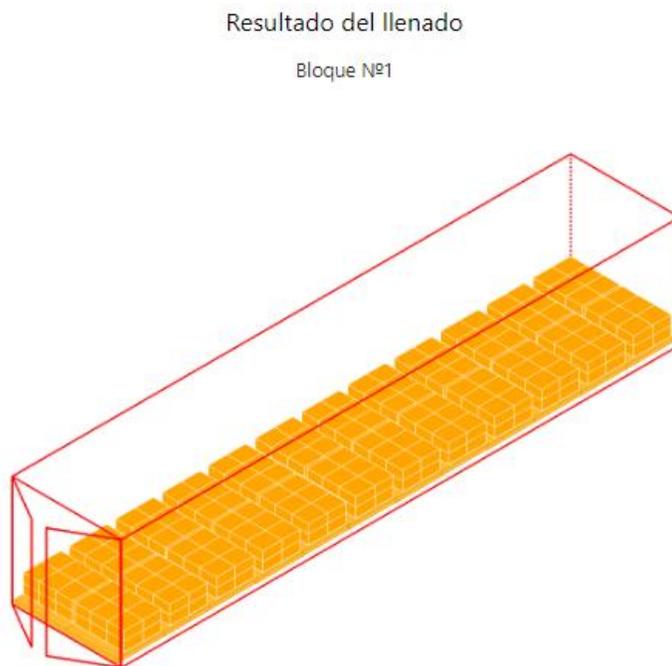
2.2.6. Formalidades y embalaje de importación

Para importar la Stevia, elegimos el incoterm CIF, que incluye: costos, seguro y flete.

La importación se realizará para un total de ciento cuarenta y cuatro (144) plantines de estevia, en un contenedor de 40' pies de temperatura controlada, grado A, con un total de nueve mil (9,000) kilogramos, incluidos su embalaje.

Figura 1

Resultado del llenado de contenedor



Fuente: Searates by DP WORLD (Ramirez, 2020).

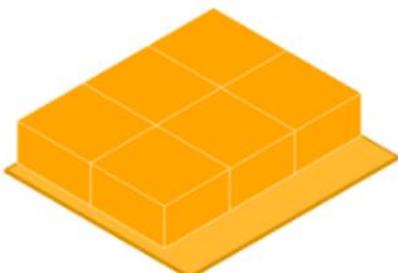
El producto será embalado en macetas de nylon con las siguientes especificaciones:

- Modelo: Negras
- Ancho: 16 cm
- Largo: 28 cm

A continuación, ejemplos del embalaje, seguida de esta serán puestas en pallet de madera, con un total de 24 pallets que tendrán 6 macetas por cada uno, con un peso neto de treientos setenta y cinco (375) kilogramos y envolturas en las macetas con plástico resistente, así conservan el agua requerida para el transcurso de la importación.

Figura 2

Resultado de llenado del pallet

Paletas	Carga del embalaje
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 50 paquetes</p> <p>On the pallet: Carga Stevia - 6 paquetes</p> <p>Cargo volume: 0.17 m³ (76% pallet volume)</p> <p>Cargo weight: 180 kg. (100% pallet payload)</p> <p>Muestre la carga de la paleta por bloques Muestre la carga de la paleta paso a paso</p>

Fuente: *Searates by DP WORLD (Ramirez, 2020).*

Figura 3

Ejemplo de embalaje de la planta



Fuente: Mercado Libre (2019).

Figura 4

Ejemplo 2 de embalaje de la planta



Fuente: Bancolombia (2018).

2.2.7. Liquidación y cálculos de atributos

Para empezar con nuestros cálculos, es preciso detallar todo lo referente al producto en cuanto al costo, en la cotización recibida de la empresa exportadora, se detalla que el precio por unidad de la Stevia es de cinco dólares (\$5.00) con un costo de embalaje de cinco dólares (\$5.00) siendo el precio unitario de esta de diez dólares (\$10.00), de tal manera que le presentamos el costo de liquidación y otros costos.

Tabla 1

Costos de Importación

	RD\$	US\$(58.35)
Total FOB	\$84,016.94	\$1,440.00
Seguro	1,680.34	\$28.80
Flete	\$12,602.54	\$216.00
Otros	\$0.00	\$0.00
Total CIF	\$98,299.82	US\$1,684.80

Nota: En esta tabla se presenta el costo total CIF, calculamos, para obtener dicho valor, tomamos el costo FOB de la factura comercial, le sumamos el 2% del valor que es donde se refleja el seguro y el 15% referente al flete.

Tabla 2*Costos de trámites y desaduanización*

	RD\$	US\$(58.35)
Permisos VUCE	\$5,047.28	\$86.50
Total de Imp. y Régimen a Pagar	\$17,694.05	\$303.24
Tasa por servicios (contenedor)	\$5,835.00	\$100
Transporte	\$2,081.92	\$35.63
Servicio aduanero (DUA)	\$200.00	\$3.43
Total	\$30,858.25	US\$528.85

Nota: En esta tabla se pueden visualizar los costos de trámites y desaduanización, desde los permisos que nos ofrece el VUCE del ministerio de agricultura y medio ambiente por parte de la flora y fauna, los impuestos del 18%, la tasa según los regímenes regulatorios de aduanas por un contenedor de 40' pies, el transporte terrestre que se calculó según los kilómetros del puerto hasta el lugar de destino (7.5 km), una vez la mercancía entre a territorio nacional y el servicio por declaración de la mercancía en el DUA.

Tabla 3*Costos totales*

	RD\$	US\$(58.35)
Costos de Importación	\$98,299.82	\$1,684.80
Costos de trámites y desaduanización	\$30,858.25	\$528.85
Total	\$129,158.07	US\$2213.65

Nota: Una vez los costos sean cuantificados, nos da el resultado de la inversión inicial para continuar con nuestro proceso de siembra y luego cultivo.

2.3. Proceso de transformación

2.3.1. Extracción y triturado de la planta

El proceso de secado de la hoja debe realizarse antes de las 24 horas de su recolección. Esto hace necesario que se adquiriera la hoja seca como materia prima, debido a que, si el proceso comienza con el tratamiento de la hoja verde cruda, se limita la distancia posible para la instalación de la planta. Por esta razón, se parte de hoja seca, lo que hace posible la ubicación en zonas alejadas del lugar de cultivo. Pero de ser necesario empezar con el cultivo de la hoja, se deberá contar con un deshidratador para el secado de la hoja en el tiempo estipulado (Gómez, 2014, pág. 11).

Secando en un horno aproximadamente a 35°C, 671g de hojas Stevia para evaporar el agua contenida en ellas. Posteriormente se pasa a triturar a un molino de cuchillas tipo Willey Mill, debido a que este genera una menor cantidad de polvo (tamaño de partícula menor a 0.6 mm), con el objetivo que durante la extracción se obtenga la mayor parte de los glicósidos responsable del sabor dulce (Lirged Delgado, pág. 56).

Consuelo Osorio (2007) explica que el proceso para una extracción tradicional se puede resumir en los siguientes pasos:

- Extracción con agua o solventes orgánicos
- Filtración
- Purificación con resinas de intercambio iónico.
- Secado (pág. 37)

2.3.2. Transformación

Las hojas secas de Stevia finamente trituradas son colocadas en un tanque para ser combinadas con agua u otro solvente orgánico. Existen varios criterios respecto a la temperatura del agua o del solvente a utilizar, usándose los mismos a temperatura ambiente, también se recomienda bajar la temperatura, sin embargo, otros expertos prefieren calentar el solvente que utilizarán. Los expertos que utilizan temperaturas bajas del solvente a utilizar, según (Kutowy, 1999) “aumentar la temperatura genera una extracción excesiva de sustancias no deseadas las cuales hay que remover en procesos siguientes”.

El extracto que se consigue es sometido a un proceso de filtración, donde será pasado por una resina de retención selectiva, la cual separa las partículas en suspensión y luego se pasará por carbón activado.

El flujo continuaría con el tanque clarificador que causaría una coagulación, en el cual se separaran los componentes endulzantes del resto de la mezcla. El uso de sustancias como el sulfato de aluminio generará que estos componentes no deseados se precipiten al fondo del tanque clarificador.

En el paso siguiente, el extracto pasaría por resinas de intercambio iónico y, por último, a través de una columna de carbón activado granulado.

En ese momento obtendríamos una solución incolora a base de Stevia en su forma líquida. Para tener un edulcorante en polvo, se continuaría con el evaporador cuya función es liberar la mayor cantidad de agua. Luego pasa por el cristalizador y

después de ser cristalizado, el producto pasará al secador para reducir la humedad del producto. Por último, se pasará al molino para así pulverizar y mezclar con lactosa, maltodextrina o dextrosa (Barrera, 2007, págs. 37-38).

Según (Kutowy, 1999) “El proceso comienza con un tanque dispuesto de forma vertical que se encuentra abierto en la parte superior para introducir las hojas secas trituradas a un tamaño de 20mm. En la parte inferior del tanque se encuentra una tapa perforada que va a soportar las hojas. Se adiciona el solvente a una temperatura entre 2 y 6°C. A esta temperatura la extracción de componentes indeseables con alto peso molecular (lípidos) es menor que a altas temperaturas. La relación de peso hoja/agua es de 0,05; muy poca cantidad de hojas aumenta la extracción de componentes indeseables y demasiada cantidad de hojas disminuye la extracción de los componentes endulzantes. Para mantener la temperatura entre 0 y 10°C en tanques largos, se puede adicionar trozos pequeños de hielo.

Una velocidad adecuada del flujo en el tanque es de 24 a 30 ml/min, produciendo un tiempo de permanencia de 10 a 20min; estos datos son variables ya que dependen de las dimensiones del tanque. El proceso de extracción mejora bajando el pH del agua al rango ácido, preferiblemente 2 pH. Esto se logra adicionando al solvente ácido fosfórico o ácido sulfúrico.

Los datos proporcionados anteriormente fueron obtenidos por los inventores con un flujo por gravedad. Para procesos continuos recomiendan que se alimente el solvente en el tanque a una presión de 140kPa. Es importante aclarar que la

presión y la velocidad del flujo dependen del tamaño de las hojas trituradas y de las dimensiones del tanque.

Se recomienda una buena calidad de agua y de no ser posible se debe hacerse uso de agua destilada.

En la parte inferior del tanque se encuentra una abertura que permite el paso del extracto hacia un recipiente. El extracto es pretratado en un microfiltro cerámico, en donde se remueven algunos pigmentos, materiales de alto peso molecular y material particulado que se puede generar en la trituración. El extracto es impulsado por una bomba para producir una presión de 100 a 200kPa. Se recomienda realizar filtración.

El extracto continuo con la ultrafiltración utilizando membranas con un tamaño de poro de 0,08 μm , para remover impurezas con un alto peso molecular (proteínas, pectinas y pigmentos). La presión es dada por una bomba. En este punto también es recomendable hacer filtración, sin embargo, la temperatura debe ser controlada por un controlador de temperatura en un rango de 10 a 65°C, aunque se prefiere dejar a temperatura ambiente para ahorrar energía. La presión en la membrana está en el rango de 200 a 700kPa, con una velocidad de flujo de 75 a 300 LMH (litros metros cúbicos hora).

Luego, el extracto pasa a la nanofiltración con un tamaño de poro de 0,035 μm , sistema que está diseñado para operar a mayores temperaturas que las normales

(mayor a 85°C). También puede ser utilizada la osmosis inversa. La presión es dada por una bomba.

Variando la temperatura en un rango de 45 a 85°C a través de un controlador de temperatura localizado en la filtración, la porosidad de las membranas es modificadas, características que se utiliza para capturar los componentes dulces y dejar pasar los componentes no deseados que producen regusto. Preferiblemente, el punto de corte de la membrana es de 400Da. La presión en la membrana está en el rango de 500 a 1300kPa. El extracto obtenido (25 a 45 LMH) de este proceso se usa como líquido concentrado o continua con la cristalización. Para reducir el consumo de agua se puede realizar una recirculación que incluyan filtros (membrana convencional de osmosis inversa) para purificar el fluido. Un controlador de temperatura es utilizado para bajar la temperatura del agua limpia” (Barrera, 2007, págs. 38-40).

Según (EE. UU. Patente nº 5962678, 1999) “Este método tiene como objetivo, el obtener los principales glucósidos de la Stevia (esteviosido, rebaudiosido), libre de otras sustancias, con el fin de tener un producto final con un mejor sabor que el obtenido en otros procesos. La primera parte del proceso se basa en la patente de Giovanetto (1988) que se describe a continuación.

Las hojas de Stevia son mezcladas con agua cuya temperatura puede estar entre la temperatura ambiente y 65°C. Luego se pasa a un proceso de filtración para

obtener un extracto acuoso, el cual es tratado con hidróxido de calcio (también se puede usar óxido del calcio, carbonato de calcio, u otras sales básicas de calcio) para conseguir un precipitado remueven ácidos orgánicos, bases orgánicas, sales inorgánicas, fenol, sustancias derivadas del aparato fotosintético, proteínas, aminoácidos, entre otros.

El precipitado es tratado con resinas de intercambio iónico de ácido fuerte (ejemplo de marcas: Dowex 50 W, Rohm y Haas IRA 120), luego con resinas de intercambio iónico de base débil (ejemplo de marcas: Dowex WGR, Dowex MWA 1, Rohm y Haas IR4B, Rohm y Haas IRA93). El tratamiento con estas resinas puede repetirse varias veces hasta obtenerse la calidad deseada. Por último, se filtra y se calienta el precipitado para obtener un producto con 107 g de esteviosido y un nivel de pureza del 70% (70% combinación de glucósidos, 25% polisacáridos, 5% aceites); al comienzo del proceso se tenía 1kg de hojas de Stevia.

A partir del producto obtenido del proceso descrito anteriormente se continua con el proceso patentado de (EE. UU. Patente nº 5962678, 1999), que busca obtener un nivel de pureza mayor (obtener solo esteviosido y rebaudiosido A). El producto entonces es disuelto en agua y aplicado a una columna de resina de 1 pulgada de diámetro que contiene resina Amberlite XAD-7. La resina es enjuagada con metanol para obtener los glucósidos y una mínima parte de otras sustancias, que fueron atraídos. Este líquido es calentado para eliminar el metanol y obtener un producto con 95% de glucósidos.

Lo obtenido en el paso anterior es mezclado con un solvente orgánico como metanol anhídrido, la solución es enfriada con el fin de precipitar el esteviosido, el cual es recuperado por un proceso de filtración. El líquido filtrado sigue al siguiente paso que consiste en calentarlo y luego es enfriado para obtener por precipitación el rebaudiosido.

A con un grado de pureza del 79%. Se disuelve con metanol para luego calentar la mezcla y posteriormente enfriarla generando la precipitación del rebaudiosido A con un grado de pureza del 95%” (Barrera, 2007, págs. 40-41).

2.3.3. *Envasado del producto final*

En resumen, podemos decir que la solución purificada se envía a un tanque en donde se separa el producto en varias fracciones, las cuales serán tratadas para obtener distintos productos finales.

La primera fracción se obtiene del secado de las hojas a una temperatura ambiente de 30° a 40° grados máximos.

Habrà una fracción que se concentra para saturar la solución, logrando de esta forma la precipitación de los cristales de Estevia. Posteriormente se realiza un secado, por medio de una corriente de aire caliente para alcanzar una humedad final del 2% de agua.

Una vez obtenido el material seco, se pulveriza para obtener cristales homogéneos de los cuáles una fracción de estos es mezclada con maltodextrina. Esto permitirá reducir los costos del producto final, para lograr un producto de consumo masivo. Este producto granular se puede envasar en bolsas, botes, etc., el material y la capacidad serán según indicaciones del cliente.

La segunda fracción es el resto de los cristales que serán directamente envasados, siendo un producto de un costo superior, destinado a personas que no pueden consumir edulcorantes calóricos. Este material granulado de alta pureza se envasará en botes, el material y la capacidad también serán según indicaciones del cliente (Gómez, 2014, págs. 14-15).

Al respecto Miriam Cecilia Marín (2014) afirma que partir de la primera fracción (hojas secas), se puede empacar de las siguientes maneras:

1. Envasarse en bolsas plásticas transparentes.

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

2. Envasarse como té filtrante.

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

3. Molerse y convertirse en hoja micropulverizada

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

4. Preparación de extractos concentrados de Stevia (Miel de Stevia)

Los extractos se obtienen macerándose en agua en la proporción de 1 a 6, es decir 1 kg de hojas por 6 litros de agua, por espacio de 2 días; luego se filtra, se prensa y al residuo seco se le añade 2 litros de agua, se hierve por 20 minutos y se macera por 2 días más. Al final se juntan los dos (2) líquidos resultantes, se filtra y se evapora a baja temperatura el líquido, hasta obtener 1 litro de extracto concentrado de Estevia de color oscuro muy dulce que contiene aproximadamente 10% de esteviosido. Se puede ir evaporando y concentrando este producto para alcanzar mayores concentraciones (Gómez, 2014, págs. 15-16).

2.4. Distribución

2.4.1. Factores para considerar en la distribución de productos: tamaño de la orden, nivel de inventario, tiempo de entrega

La Atlantic International University (2015) menciona que la distribución debe de considerar la entrega correcta del producto, en el lugar adecuado y en el momento oportuno, con el menor costo posible. Crea valor para clientes, socios y proveedores que se expresa en tiempo y lugar.

Su importancia se debe a:

- Costos, ayuda a evitar la disminución de los márgenes de utilidad.
- Líneas de distribución y aprovisionamiento.
- Penetración de mercados, incrementar la participación y las utilidades.

Para los factores del tamaño de la orden, nivel de inventario y tiempo de entrega, la logística tiene un papel decisivo.

Tiene los siguientes objetivos:

1. Suministrar la cantidad de productos que se demandan a los puntos de venta adecuados en el momento exacto y al menor costo posible.
2. Decidir sobre aspectos clave en la distribución física:
 - Transporte y abastecimiento a los puntos de venta.

- Almacenamiento, embalaje y manejo de materiales.
 - Administración de compras.
 - Administración y control de inventarios.
 - Decisiones sobre el servicio y tiempos de espera para prestación de este
- (pág. 1)

2.4.2. Estrategias de distribución y su relación con la producción

Una de las principales estrategias de distribución lo es el llamado Canal de Distribución, que se puede definir de la siguiente manera:

Para Kotlher y Armstrong (2003) es el “conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario de negocios” (págs. 375-376).

William Stanton & Walker J. Bruce (2003) dice: “conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocios final; el canal incluye siempre al productor y al cliente final del producto en su forma presente, así como a cualesquiera intermediarios, como los detallistas y mayoristas” (pág. 459).

Según Santesmases, Guzmán y Villar (2003) el Canal de Distribución es: “la ruta por la que circula el flujo de productos desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final. Está constituido por todo aquel conjunto

de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario” (pág. 510).

2.4.3. Funciones de los Canales de Distribución

La Atlantic International University (2015) enumera las siguientes funciones:

1. Reúne y distribuye información de inteligencia y sobre todo de investigación de mercado, la cual se requiere para planificar y realizar el intercambio.
2. Promociona y difunde de manera persuasiva a la oferta.
3. Distribución física por medio de la transportación y almacenamiento de las mercancías.

También expresa que existen dos tipos básicos de canales de acuerdo con su nivel: canal directo e indirecto. Por nivel se entiende a la capa de intermediarios que cumplen con alguna función para hacer posible que el producto llegue al comprador final. Asimismo, de acuerdo con el número de niveles de intermediarios se conoce la longitud del canal.

A continuación, se describen algunos casos:

- **Canal nivel 0:** Es cuando la venta es directamente del fabricante al consumidor y se puede dar de puerta en puerta, por demostraciones, por correo, o con tienda del fabricante.
- **Canal de nivel 1:** existe un intermediario que por lo común es un detallista.
- **Canal de nivel 2:** En este caso los intermediarios son el mayorista y el detallista.

- **Canal de nivel 3:** Participa lo que se conoce como Bróker o corredor, muy esencial en productos altamente especializados.

Cabe señalar que en el mercado industrial también existen canales de distribución con distinto nivel. (págs. 1-2)

2.4.4. Estrategias para implementar

Atlantic International University (2015) definió los siguientes términos:

Distribución Intensiva: Se dirige a tener un producto disponible en todos los puntos de venta, en donde los clientes meta deseen obtenerlo. El objetivo es lograr ventas masivas, por lo tanto, se necesitan de varios intermediarios; se usa en artículos de conveniencia, comida, etc. Son producto de precio menor y el canal suele ser largo.

Distribución selectiva: De acuerdo con el área, se escoge a los distribuidores dependiendo de ciertos criterios. En este caso la empresa desea que la imagen del producto sea superior para cobrar un sobrepeso y, por ende, alcanzar mayor utilidad.

Distribución exclusiva: Se seleccionan un/algunos distribuidores para algunas regiones determinadas; muy usual para bienes que necesitan de posicionamiento especial, por ser de uso especializado o de equipo industrial de mayor tamaño. Se desea dar la imagen de exclusividad.

Distribución cruzada: Es un acuerdo entre dos empresas que trabajan en diferentes mercados y poseen un medio de distribución que les conviene a cada una de ellas el aprovechar en el mercado donde no tienen infraestructura.

Distribución directa: El productor mismo se encarga de la distribución, es decir, no utiliza intermediarios.

Distribución dual: Se utilizan dos canales de distribución distintos entre ellos (págs. 2-3).

Dentro de las consideraciones de costo en la distribución del producto están:

Los costos influyen en las operaciones y en la distribución, por lo tanto, se pueden optimizar estos, por medio de modelos matemáticos que se aplican a la logística, almacenamiento, materiales, transporte y empaque/embalaje.

- **Costos de almacenamiento:** de infraestructura, amortizaciones, reparaciones, seguros e impuestos y costos de personal.
- **Costos de operación:** embalaje especial, traslado a la zona de stock, puesta en stock, traslado a zona de preparación de pedidos y preparación de pedidos (pág. 3).

CAPÍTULO III:
EJEMPLIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN
DEL PROBLEMA

3.1. Valoración y ejemplificación del modelo de cambio

Ya la Stevia introducida en el mercado en sus diferentes formas de 1, 5, 10 y 50 libras, vendidas en paquetes como la azúcar convencional con excepción de las 50 libras que serían en sacos y con mayor enfoque a los comerciantes y en hojas secas para su transformación en miel o té, se dará apertura a nueva forma de conseguir edulcorantes de manera más fácil y sencilla, ya que no se tendrá que comprar paquetes con sobres que tienen dosis muy controladas para endulzar (que son la mayoría de las compras), sino, que se le dará libertad de llenar recipientes con el producto y poder endulzar al gusto comidas y bebidas o teniendo sus hojas secas para procesarlas como miel o té, ayudando a una mejor ingesta alimentaria, aportando también al ahorro de quienes necesitan o adquieren por deseo edulcorantes, ya que en nuestro mercado una caja de 25 sobres pequeños de edulcorantes cuesta alrededor de RD\$350- RD\$400 los cuales en contenido sustituto del azúcar poseen un poco más de media libra.

Dentro del contexto global podemos ver muchas marcas con éxito, pero la de más renombre es Splenda, la mayoría de sus productos son a base de sucralosa y se elabora a partir de un proceso patentado de múltiples etapas que comienza con azúcar y da como resultado un endulzante sin carbohidratos ni calorías, ellos han implementado también este modelo de negocios teniendo un éxito rotundo.

3.1.1. Análisis FODA

Figura 5

Descripción del análisis FODA



Nota: Análisis FODA del proyecto.

3.2. Estudio de mercado

3.2.1. Segmentación del mercado

El trabajo de investigación estará enfocado en la población dominicana a partir de los 25 años, por ser estos en su gran mayoría económicamente activos.

Figura 6

Segmentos

Criterios de Segmentación	Geográficos	País	República Dominicana
	Demográficos	Personas mayores a 25 años de edad	5,552,789 personas 53.91% de la población

Fuente: ONE (Oficina Nacional de Estadística Dominicana)

3.2.2. Compradores potenciales

Los compradores potenciales que hemos establecidos son las personas mayores de 25 años, económicamente activos que tengan una preocupación básica de cuidar su salud y tengan de opción usar edulcorantes como sustituto del azúcar.

3.2.3. Características base de los futuros clientes

Personas mayores de 25 años, preocupados en tener un estado más saludable y que estén dispuestos a usar la Stevia como edulcorante sustituto del azúcar.

- Personas preocupadas por su salud

Estas personas son las que por su condición de salud el uso de azúcar de caña es perjudicial para el estado que salud que tienen y que buscan alternativas para endulzar sus comidas.

- Personas con diabetes y sobrepeso

Este nicho de personas va creciendo cada año en República Dominicana, al concientizarse del daño que hace los productos con químicos y que buscan una manera de eliminarlos para tener una vida más saludable.

- Personas que consumen productos naturales
- Personas de vida Fitness y saludable

3.2.4. Demanda de Stevia

La EFE (2019) ha indicado que La demanda mundial que está teniendo la Stevia va en un aumento lineal, esto debido a que grandes compañías de alimentos y bebidas están aumentando el uso de este edulcorante de origen natural para endulzar sus productos. También, el uso que las personas le están dando y la incorporación en su dieta diaria.

Esto debido a la preocupación mundial que la obesidad ha traído y la diabetes, las compañías de alimentos haciendo un trabajo responsable para disminuir el contenido de calorías y azúcar en sus alimentos (EFE, 2019).

La Stevia genera en el mercado mundial alrededor de US\$450 millones en ventas, siendo en la actualidad el segundo edulcorante más utilizado a nivel general. Este incremento comenzó cuando la Agencia de Alimentos y Drogas de Estados Unidos (FDA por sus siglas en inglés) aprobó su uso en 2008 (Parasi, 2014).

Al respecto Marina Parasi (2014) afirma que según los expertos, el incremento del uso de Stevia en comparación con otros edulcorantes es que este es 100 % natural y no ha sufrido de una publicidad negativa como otros endulzantes que se les acusa de producir tipos de cáncer, aumento del PH intestinal, pérdida de memoria, entre otros efectos negativos.

En países sudamericanos como Bolivia, Colombia y Argentina crearon cámaras para la facilitación de la comercialización de este producto. En Brasil, la Stevia se utiliza como edulcorante desde el año 1987. En Ecuador, se creó un consejo

internacional de Stevia por parte de compañías y algunas entidades para el reconocimiento del producto (Parasi, 2014).

Los consumidores de Estados Unidos están tomando una vía de consumir productos con baja azúcar, productos naturales y con tendencia orgánica. Según una encuesta realizada por The Food Marketing Institute, determinaron en su resultado que el 73% de los consumidores estadounidenses tienen una preocupación por el tipo de alimentos que consumen (Seguro, 2016).

Julio Lira (2016) hace hincapié que, dentro de la encuesta realizada por la agencia, se determinó que el 35 % de los encuestados pudieron reconocer que el contenido de azúcar es importante a la hora de comprar un producto. Con este resultado, el mercado de edulcorantes naturales sirve de solución en el mercado para la sustitución del azúcar.

La Stevia es el edulcorante natural más conocido por los consumidores estadounidenses y el que más usan. Los factores que se destacan es que el 39 % de los estadounidenses tienen un perfil de obesidad y escogen la alternativa de un edulcorante natural como en el caso de la Stevia baja en calorías para sustituir el azúcar (Seguro, 2016).

3.2.5. Demanda local

Según Juan Portes, productor de Stevia de República Dominicana “El mercado de la Stevia en el país no está actualmente muy activo, todo dependerá de las acciones que nosotros tomemos para desarrollar el mercado mucho más”.

El gerente de la empresa Domstevia el Sr. Oswaldo Acosta, una de las empresas productoras líder en el país expresó que “no hay estudios exactos de la demanda local de la Stevia en el país ni tampoco del consumo”. La población general dominicana no ha creado una concientización de los beneficios que trae el consumo de la Stevia como edulcorante sustituto del azúcar.

Según (TRADE MAP), en la partida arancelaria correspondiente a la Stevia 1211.90.90 se identifica que República Dominicana en el año 2017 importó desde el mundo una cantidad ascendente a US\$587,000 dólares.

3.2.6. Análisis de resultados

Para valorar la demanda y aceptación de la Stevia en República Dominicana, se elaboró una encuesta para identificar el consumo y conocimiento del producto en el país

Respuesta:

1) ¿Consume usted edulcorantes como sustituto de azúcar? Si su respuesta es no, pasar a la pregunta no.5

El 64.5 % de los encuestados respondió que no consume edulcorantes y el 35.5 % respondió que si los consume. En esta pregunta respondieron 155 personas en total, dando un ejemplo de cómo es el mercado y consumo del edulcorante en República Dominicana.

2) ¿Con qué regularidad los consume?

El total de personas que respondieron esta pregunta fue de 68, las otras 94 personas saltaron a la pregunta no. 5 como indicaba la pregunta anterior, que si no consumían edulcorante podían hacerlo. En esta pregunta el 54.4 % de los encuestados respondió que rara vez consume edulcorantes el 23.5 % que tres veces por semana lo hace y el 11.8 % que una vez por semana. Esto demuestra que el consumo de edulcorante en los consumidores dominicanos no es diario.

3) ¿Qué marcas de productos edulcorantes consume o ha consumido?

En esta representación se puede demostrar que el edulcorante que el consumidor dominicano más consume o ha consumido es la splenda con el 49.3 % de los encuestados. Le sigue la Stevia, con el 32.8 % siendo un número representativo dentro del mercado.

4) ¿En qué alimentos utiliza el edulcorante?

Los consumidores dominicanos utilizan los edulcorantes en bebidas calientes, siendo el 62.7 % de los encuestados. Les sigue las bebidas frías con el 23.9 % y los dulces con el 6 %. Esto se debe a que el dominicano por cultura consume mucho café y tiene tendencias a beber té naturales, ellos incorporan los edulcorantes en estas bebidas mayormente.

5) ¿Sabes que es la estevia (Stevia)?

En esta representación de los encuestados pudimos determinar que la mayoría conoce la Stevia, aunque no la haya utilizado. Esto es un punto clave a la hora de tomar una decisión, ya que el mercado en su mayoría conoce el producto que se está estudiando.

6) ¿Has comprado estevia alguna vez?

El 63.3 % de los encuestados nunca han comprado la Stevia como edulcorante sustituto del azúcar en comparación con el 24.7 % que si la ha comprado y a veces la utiliza. El 12 % indicó que es el edulcorante sustituto que utiliza, siendo este una cantidad baja de encuestados.

7) Si tuvieras el conocimiento de que la Stevia es un edulcorante con propiedades medicinales múltiples y que es muy baja en calorías. ¿Estarías dispuesto a comprarla como sustituto del azúcar?

El 61.6 % de los encuestados reconocieron que de saber los beneficios medicinales de la Stevia y su característica de baja calorías utilizarían el producto como sustituto de la azúcar. En comparación con el 32.7 % que estaría dudoso de hacerlo.

8) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una libra de Stevia?

El 41.5% no está seguro de cuanto pagaría. El 28.9 % Entre RD\$400.00 Y RD\$500.00 pesos y el otro 28.9% estaría dispuesto a pagar menos de RD\$ 200.00 pesos por una libra de Stevia. El 0.7 % restante estaría dispuesto a pagar entre RD\$200.00 a RD\$400.00 pesos siendo esta cantidad de encuestados muy insignificante.

3.3. Análisis de precios

3.3.1. Precio de minorista

El precio que establece el minorista o el precio de consumidor final se establecerá en la siguiente tabla. El precio varía dependiendo la cantidad, el lugar de venta del producto, empaque del producto, etc.

Tabla 4

Precios de la Stevia en diferentes presentaciones

Presentación	Cantidad	Punto de venta	de Precio
Azúcar de Stevia	1 kilogramo	DOM Stevia	RD\$780.00
Hojas secas empacadas en fundas con etiqueta	100 gramos	Keto Pure RD	RD\$550.00
Stevia Liquida	326 gramos	Super Fresh Market	RD\$495.00

Fuente: Información extraída en una investigación realizada en diferentes establecimientos dominicanos, comercializadores de la Stevia en diferentes presentaciones.

Figura 7

Stevia granulada o cristalizada



Fuente: DomStevia.

Figura 8

Hojas secas etiquetadas



Fuente: Keto Pure R. D.

Figura 9

Stevia liquida (Miel de Stevia)



Fuente: Super Fresh Market

3.3.2. Precio de mayorista

El precio promedio establecido de hojas de estevia sin empacado y sin etiquetas en mercado mayorista en República Dominicana es de RD\$ 475.00 pesos la libra.

A diferencia del precio de hojas con empacado y con etiquetas en el mercado es de RD\$550.00 pesos la libra. Este varía ligeramente dependiendo el lugar de abastecimiento.

3.3.3. Precio internacional de la Stevia

El precio internacional de la Stevia varía dependiendo la forma y lugar de procedencia. El kilogramo de Stevia granulada de procedencia China, es de US\$10.00 dólares por kilogramo.

Se hizo una investigación con productores de Stevia en Paraguay y realizando una cotización de formas y precios de la planta obtuvimos los siguientes valores marcados en la siguiente tabla.

Tabla 5

Precio de Stevia en el mercado internacional

Presentación de la Stevia	Precio por Kilogramo
Hoja molida	US\$4.00
Hoja seca entera	US\$3.50
Stevia granulada	US\$6.50
Stevia liquida	US\$8.75

Nota Precios de Stevia en diferentes presentaciones de productores y distribuidores de Paraguay.

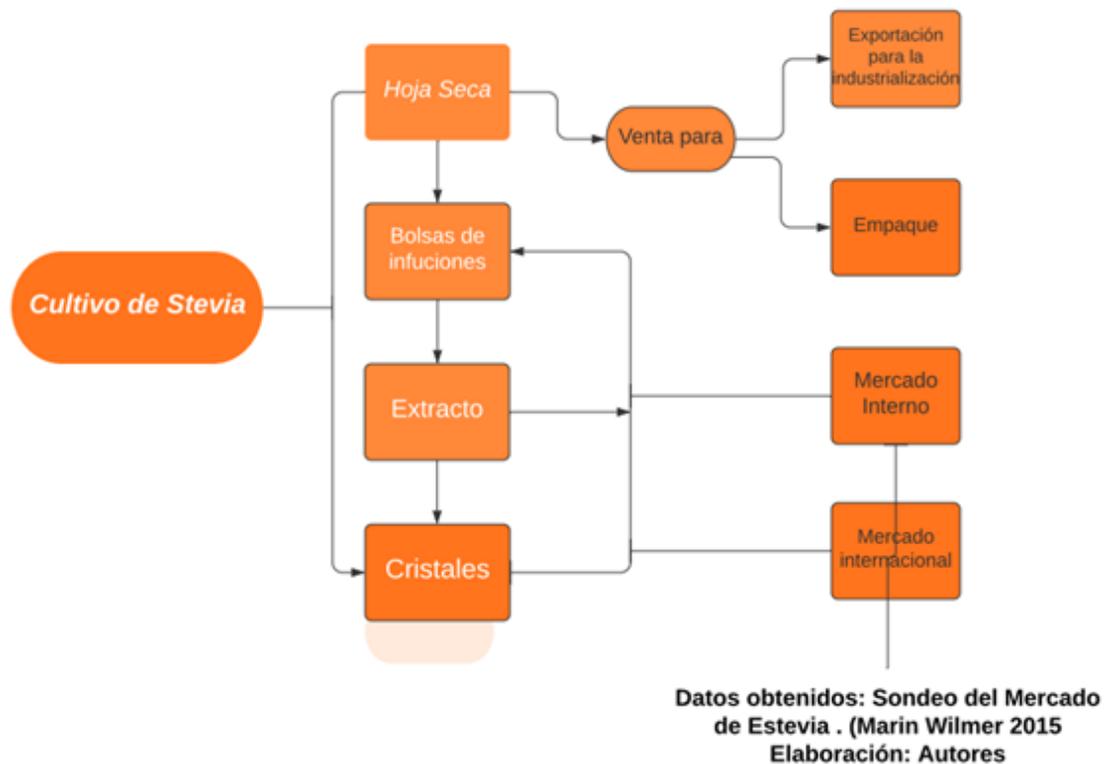
3.3.4. Comercialización

La Stevia tiene diversas formas de comercialización, desde la hoja seca fresca hasta el extracto de Stevia líquido. También existen procesos más elaborados como la presentación granulada de la Stevia, similar a la azúcar de caña.

En el gráfico siguiente se estará observando la cadena de comercialización de la Stevia y los procesos desde su hoja seca.

Figura 10

Cadena de comercialización



3.4. Análisis de campo

El análisis e investigación de campo consiste en recolectar todos los datos directos de la realidad, sin manipulación de sus variables. Este análisis estudia fenómenos sociales en un ambiente totalmente natural.

La investigación de campo es aquella que fundamenta en la recolección de los datos sujetos a investigar, o del espacio en donde ocurren los hechos (datos primarios), sin tener manipulación ni controlar sus variables. Es decir, el investigador obtiene información, pero no las altera, las condiciones existentes sí (Arias, 2006).

3.4.1. Proceso del análisis de campo

El proceso utilizado en esta investigación fue la observación de los consumidores de tres establecimientos en donde se comercializan diversos edulcorantes, entre ellos la Stevia.

Los participantes de la investigación fueron elegidos al azar en los diferentes establecimientos seleccionados. Si estos debían cumplir las siguientes características:

- Mayor de 25 años
- Envejecientes
- Intención de comprar edulcorante en el establecimiento

3.4.2. Establecimientos seleccionados para obtención de información

- Supermercado Bravo Avenida Enriquillo
- Especias Marquet RD
- Supermercado Nacional Avenida Independencia

Los tres establecimientos seleccionados cumplen la característica de vender diferentes edulcorantes, entre ellos la Stevia.

3.4.3. Obtención de información

La información se obtuvo mediante la observación de estos consumidores que se acercaban al área en donde estaban puestos los edulcorantes. Mediante este análisis de observación de los consumidores de edulcorantes, obtuvimos las siguientes informaciones:

Figura 11

Cantidad porcentual de personas por sexo

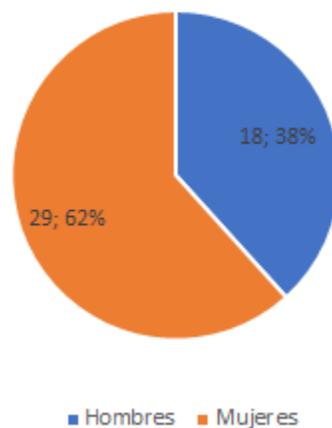
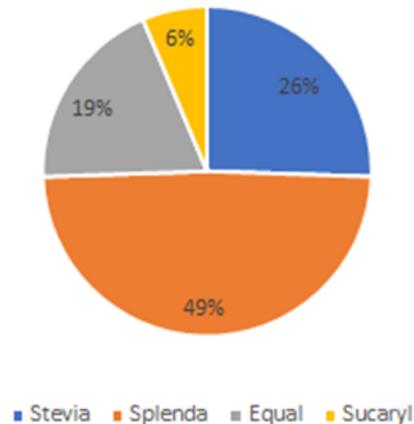


Figura 12

Preferencia de edulcorante



3.4.4. Análisis de datos extraídos en la observación del comportamiento del consumidor

El consumidor de edulcorantes según lo observado es en su mayoría del sexo femenino representando el 62 % de nuestra muestra a diferencia del sexo masculino, que representó el 38 % de la muestra obtenida.

En los tres establecimientos observados, se pudo determinar que la Splenda es el edulcorante principal dentro de la muestra obtenida con un 49 % seguida por la Stevia que representó el 26 %, Equal 19 % y Sucaryl el 6 %.

3.5. Viabilidad financiera

La viabilidad financiera de nuestro proyecto es altamente relevante dentro del todo lo que abarca el marco competitivo.

En nuestra primera interacción con el mercado, moldeamos el ejemplo de importar 144 plantines desde Bolivia a un precio total de US\$2,213.65, se sembrarán a una distancia de 0.20 x 0.20 centímetros, con esto pretendemos al cabo de un año, llenar una hectárea con aproximadamente 10,440 plantas de Stevia, basándonos en los esquemas de la reproducción asexual dentro de las plantas, lo cual nos daría como resultado al final de su procesamiento 108 KG de Stevia granulada.

Su precio en nuestro mercado por KG es aproximadamente RD\$1,338.00 pero, la modalidad de venta que elegiremos será en paquetes de 1, 5, 10 y 50 libras con un costo aproximado por libra de RD\$66900 y sí, su costo por libra es mucho más elevado que el azúcar convencional pero la dosis de Stevia que usarías en tus bebidas o comidas sería muy inferior a la de azúcar, porque la Stevia es 300 veces más dulce que la misma.

Por ejemplo: si necesitamos 100 gr de azúcar, dividimos esta cantidad por 300 y el resultado (0.33 gr) será el peso de Stevia que necesitaríamos, los precios del azúcar oscilan entre RD\$30 y RD\$45, pero, la Stevia posee muchas más propiedades de alto beneficio para la salud de sus consumidores.

Beneficios de la Stevia en los consumidores:

- Tiene 0 calorías, es totalmente acalórica.
- Beneficia a personas con hipertensión, la Stevia actúa como hipotensor y cardiotónico, es decir, regula la tensión arterial y estimula los latidos del corazón.
- La Stevia es vasodilatadora, lo que significa que aumenta el diámetro de los vasos sanguíneos, por consecuencia mejora la circulación y es de gran ayuda para personas que padecen enfermedades de origen vascular.
- Esta planta es ideal para los diabéticos, pues su composición permite que pueda ser un sustituto bastante saludable del azúcar.

Un 13.5% de la población dominicana padece de diabetes, esto equivale a más de un millón cuatrocientos mil habitantes a estos se les agrega los cientos de miles de personas que llevan un estilo de vida fitness o saludable, individuos que pese al costo por libra de la Stevia la van a adquirir para sobrellevar su enfermedad o continuar con su estilo de vida saludable, la inversión inicial calculada a nuestra moneda hace un valor de RD\$129,158.07, que serían los 144 plantines, al cabo de un año con la reproducción que caracteriza a esta planta se le sacaría un beneficio a su producto terminado por un valor de RD\$144,504 que serían los 108 KG de Stevia granulada, el proyecto es viable, financieramente hablando, ya que la venta de este producto en su gran mayoría es para personas que tienen la necesidad del mismo y en vez de hacer varias compras de cajas con sobres

pequeños se les da la oportunidad de adquirirlo por libra y llenar sus recipientes donde solían poner las libras de azúcar, al ser 300 veces más dulce que la azúcar el rendimiento sobre su inversión será enorme ya que las dosis de azúcar que usaban las tendrán que bajar en esa misma proporción, la Stevia ya tiene muy buena aceptación en el mercado nacional de los edulcorantes, solo que se ha visto mermada por la poca inserción en el mercado de la misma, con esta presentación y nueva forma de comercializar(en paquetes de 1, 5 y 10 libras, y sacos de 50 libras), se le dará apertura al disfrute y beneficio de quienes la necesitan o desean.

3.6. Diagnóstico

Es fundamental saber que partimos desde un producto el cual nuestro mercado meta no tiene un conocimiento profundo del mismo.

Basándonos en eso y en el panorama de negocios de los edulcorantes, hay que lograr que los potenciales compradores se familiaricen con la nueva manera de comercialización (por libra) que queremos ofrecerles, la cual a primera vista les llamara la atención, pero con el paso del tiempo significa un ahorro, además, todas las propiedades que este producto les aportaría a su salud y bienestar.

El mercado de personas que consumen edulcorantes en nuestro país son un poco más de dos millones de personas de los cuales más del 70% lo hace por necesidad.

La factibilidad que posee un proyecto de esta envergadura es muy alta ya que, con presentaciones de 1, 5, 10 y 50 libras se tendrá un mejor rendimiento de la inversión a la hora de adquirir sustitutos del azúcar.

Los edulcorantes existentes en el mercado en su gran mayoría se encuentran en presentaciones de cajas, las cuales contienen varios sobres pequeños con porciones controladas de contenido, cohibiendo al consumidor muchas veces de comprar varias cajas por sus altos costos o haciéndolo ir varias veces por el producto a la tienda, ya que son de corta duración.

La solución de mayor impacto ante esta problemática es presentarle al cliente esta nueva forma de comercializar su producto deseado o necesitado, enseñándole las bondades del mismo a su salud y también su ahorro a largo plazo por su forma de comercialización, ya que comprar siempre varias cajas con sobres conlleva a gastos más elevados que comprarla por libra por lo que esta manera de venderla aportaría mucho a la salud de los que la adquieren y también a su economía, abriendo así un segmento del mercado en constante crecimiento con un producto poco conocido pero muy eficiente a nivel económico y aportar al bienestar de las personas.

Conclusiones

Para evaluar la viabilidad de la importación de Stevia hacia República Dominicana, se evaluaron las diferentes aristas que rodean este mercado, las cuales son: la producción, su proceso de importación, transformación y distribución, además, el estudio de viabilidad arrojó que el proyecto es viable financieramente hablando y que tendía una buena aceptación de los consumidores o potenciales consumidores, ya que más del 65% de los encuestados tiene conocimiento de nuestro producto pero solo el 12% la usa ya que no todos conocen sus bondades.

Se pudieron ver las nuevas formas de comercialización que se proponen para distribuir la Stevia en los diferentes puestos de ventas, paquetes de 1, 5, 10 y 50 libras con contenido de Stevia granulada o la hoja para su transformación personal (té o miel), esto disminuirá considerablemente la cantidad de veces que las personas dependientes o que deseen nuestro producto vayan a comprarlo, ya que con esta modalidad se piensa en hacer que el consumidor final tenga mejor rendimiento de su inversión y sobre todo salud alimenticia.

Los hallazgos más importantes fueron que el 61.6% de los encuestados dijo que de conocer todos los aportes positivos a la salud que posee este edulcorante lo consumiría, el 62.7% de los encuestados utilizan edulcorantes en bebidas calientes, esto debido a la alta tendencia que tiene la República Dominicana a este tipo de bebidas, y que el 63.3% nunca ha comprado Stevia.

Esto nos da a remarcar que el conocimiento acerca de la Stevia es alto, ya que la mayoría de los encuestados tenían la noción de lo que era, pero, al desconocer sus atributos medicinales, no la adquieren.

Recomendaciones

Luego de analizar la viabilidad de la importación de Stevia a la República Dominicana se ha llegado a la conclusión que el proceso de hacer conocer las bondades de este edulcorante está siendo mermado por la desatención que se le está dando a este producto en nuestro mercado por parte de importadores y productores nacionales que a pesar de que financieramente hablando es rentable por la forma de reproducción de la planta y la amplia necesidad de sustitutos del azúcar no se le ha dado el enfoque necesario.

Es por eso por lo que se ha determinado que el estatus actual de la Stevia en nuestro territorio es de bajos índices de adquisición por parte de los necesitados de edulcorantes y los deseos de los mismos, no por desconocimiento de la misma, sino, por el de sus bondades a la salud, algunas recomendaciones que se pueden tomar en cuenta para su correcto desenvolvimiento dentro de nuestro mercado son:

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 qué acciones más adelante se pueden ejecutar para mejorar.

Fomentar los cultivos y la importación de Stevia en la República Dominicana con el fin de obtener suficiente materia prima para poder satisfacer la demanda del consumo de endulzante naturales a base de Stevia y de esta manera se reactiven

sectores y zonas que se encuentren desprotegidas y que puedan ser fuentes generadoras de producción.

Representar y poner a disposición de los empresarios en el estudio de viabilidad para la importación de Stevia, para conseguir que puedan invertir, debido a que es una excelente oportunidad de negocio.

Intercambiar conocimientos y estrategias con empresas internacionales de las mismas características, con el fin de establecer alianzas estratégicas y de investigación para desarrollo de productos que contengan Stevia y de esta forma dar a conocer a los habitantes de la República Dominicana las bondades medicinales y curativas de la Stevia, con el fin de facilitar la aceptación, adopción y consumo del producto.

Promover en las instituciones del Estado, el impacto económico, tributario y financiero que presentan la generación ingresos para la economía, lo que podría implicar un incremento en las recaudaciones fiscales, generación de nuevos empleos y contribuir al uso de productos de consumo masivo, que ofrece bienestar a la salud humana.

Lista de referencia

- Adorno, A. M. (2016). La stevia rebaudiana en el Comercio Internacional. *Columbia*. Obtenido de La stevia rebaudiana en el Comercio Internacional.
- Alba, N. B. (9 de Abril de 2014). *Blogger de Niurka Beato Alba RD*. Obtenido de <http://sobrecomercioyaduanas.blogspot.com/2014/04/pasos-para-exportar-e-importar.html>
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta edición*. Caracas-Venezuela: EPISTEME C. A.
- Arnaud, X. (2018). *SUCREVIA*. Obtenido de HISTORIA DE LA ESTEVIA: <https://www.sucrevia.com/stevia/historia-de-la-estevia>
- Axayacatl, O. (s.f.). *Blog Agricultura*. Obtenido de Origen de la stevia: <https://blogagricultura.com/origen-de-la-stevia/>
- Bancolombia, G. (30 de agosto de 2018). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de Guía completa: Cómo cultivar Café: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/sostenibilidad/guia-cultivo-cafe-colombia>
- Baquero, C. I. (Mayo de 2011). *Repositorio Digital USFQ*. Obtenido de Estudio de factibilidad para la implementación del cultivo de stevia : <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1221/1/101881.pdf>
- Barrera, C. O. (2007). *La Libertad Portal Agrario Regional*. Obtenido de Stevia El Dulce Sabor de Tu Vida: <http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/manual%20stevia.pdf>

EFE, A. (26 de Febrero de 2019). *PureCircle aumenta aún más su capacidad para satisfacer la creciente demanda de edulcorantes de stevia de nueva generación.* Obtenido de

<https://www.efe.com/efe/america/comunicados/purecircle-aumenta-aun-mas-su-capacidad-para-satisfacer-la-creciente-demanda-de-edulcorantes-stevia-nueva-generacion/20004010-3909719>

Gómez, M. C. (25 de Febrero de 2014). *Marinpons Asociados.* Obtenido de Cultivo y Proceso Industrial de la Stevia:

https://marinponsasociados.com/catalogos/PROCESOS/proceso_industrial_estevia.pdf

Internacional, C. d. (2017). *TRADE MAP.* Obtenido de TRADE MAP:

https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c214%7c%7c000%7c%7c12%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
c1

John Donald Payzant, J. K. (5 de Octubre de 1999). *EE. UU. Patente nº 5962678.*

Recuperado el 6 de Febrero de 1998, de <https://patents.justia.com/inventor/john-donald-payzant>

Kutowy, Z. Q. (1999). *Extracción de compuestos dulces de Stevia rebaudiana Bertoni.* Estados Unidos.

Lázaro, P. L. (Septiembre de 2018). *CEDRSSA.* Obtenido de Oportunidades para la Agricultura en México: La Stevia:

<http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/13/92Estevia.pdf>

- Lirged Delgado, M. T. (s.f.). Investigación Científica y Tecnológica. *Semanticscholar*.
- López, A. (2015). 8 características increíbles de la estevia. *Vix Mujer*.
- Miguel Santesmases, Adriana Guzmán, Francisco Villar. (2003). *Mercadotecnia. Conceptos y Estrategias*. España: Ediciones Pirámide.
- Montecinos, V. J. (2012). *Industrias MAJOTA*. Obtenido de <https://www.majota.com.bo/quienes-somos.html>
- Pando, R. (2008). *Cámara Boliviana de la Stevia*. Obtenido de CASTEBOL: <http://steviasantacruz.blogspot.com/2008/>
- Parasi, M. (24 de Febrero de 2014). *América Economía*. Obtenido de Dulce revolución: el sabor de la stevia conquista el mercado chileno: <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/dulce-revolucion-el-sabor-de-la-stevia-conquista-el-mercado-chileno#:~:text=Por%20este%20mismo%20motivo%20Chile,dem%C3%A1s%20pa%C3%ADses%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina>.
- Philip Kotler y Gary Armstrong. (2003). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. México: Pearson Prentice Hall.
- Polanco, M. (2 de Julio de 2015). El Caribe. *Stevia: planta dulce para la tierra y bolsillo*.
- Ramirez, W. (18 de Julio de 2020). *SEARATES by DP WORLD*. Obtenido de <https://www.searates.com/es/reference/stuffing/>
- Rubens, E. (5 de Junio de 2018). Hoy Digital. *En Cabrera, un proyecto de stevia está procesando té y lo vende en zona Norte*.

- S.R.L, D. d. (2019). *Mercado Libre*. Obtenido de Bolsas Macetas Negras Nylon Vivero Plantas Arboles 5 Lt: https://articulo.mercadolibre.com.uy/MLU-445939205-100-bolsas-macetas-negras-nylon-vivero-plantas-arboles-5-lt-_JM
- Salud, O. P. (14 de Noviembre de 2019). *OPS República Dominicana*. Obtenido de OPS: “La diabetes se convierte en una epidemia”: https://www.paho.org/dor/index.php?option=com_content&view=article&id=172:ops-diabetes-convierte-epidemia&Itemid=215
- Seguro, J. L. (25 de Junio de 2016). *Gestión*. Obtenido de Mercado de EE.UU. demanda edulcorantes naturales por rechazo a ingredientes sintéticos: <https://gestion.pe/economia/mercado-ee-uu-demanda-edulcorantes-naturales-rechazo-ingredientes-sinteticos-271200-noticia/?ref=gesr>
- University, A. I. (2015). *Atlantic International University (AIU)*. Obtenido de DISTRIBUCION DEL PRODUCTO: <https://www.aiu.edu/cursos/Mercadotecnia%20y%20Ventas/pdf%20leccion%206/Lecci%C3%B3n%206%20MV.pdf>
- William Stanton & Walker J. Bruce. (2003). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Lemus-Mondaca, R. (s.f.). *ELSEVIER*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030881461101755>

ANEXOS

Encuesta uso de edulcorantes como sustituto de azúcar

1) ¿Consume usted edulcorantes como sustituto de azúcar? Si su respuesta es no, pasar a la pregunta no. 5

- Si
- No

2) ¿Con qué regularidad los consume?

- Diario
- 3 veces por semana
- 1 vez por semana
- Rara vez

3) ¿Qué marcas de productos edulcorantes consume o ha consumido?

- Stevia
- Equal
- Splenda
- Otro

4) ¿En qué alimentos utiliza edulcorante?

- Bebidas frías
- Bebidas calientes
- Dulces
- Otros

5) ¿Sabes que es la estevia (Stevia)?

- Si
- No

6) ¿Has comprado estevia alguna vez?

- Si, es el edulcorante que utilizo
- No, nunca lo he comprado
- A veces lo utilizo

7) Si tuvieras el conocimiento de que la Stevia es un edulcorante con propiedades medicinales múltiples y que es muy baja en calorías.

¿Estarías dispuesto a comprarla?

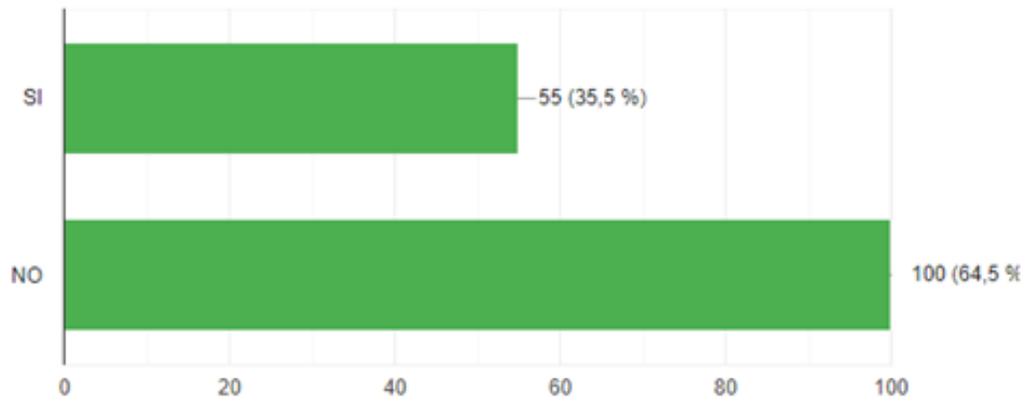
- Si
- No
- Tal vez

8) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una libra de Stevia?

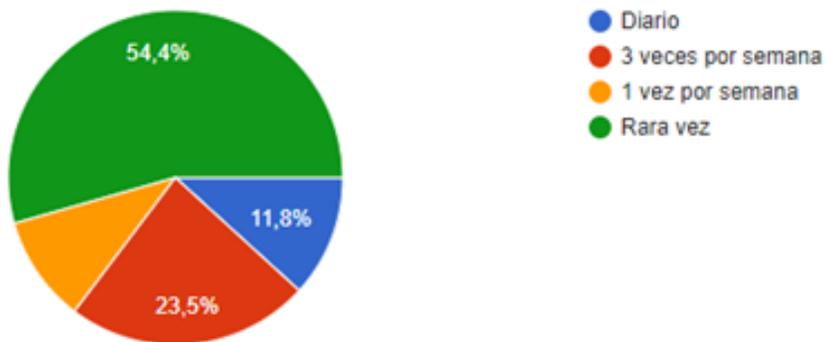
- Menos de RD\$200
- Entre RD\$200 y RD\$400
- Entre RD\$400 a \$RD500
- No estoy seguro

Estadística de encuesta

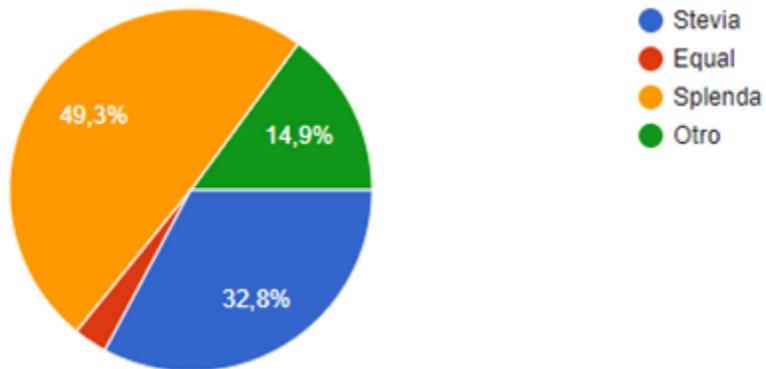
Pregunta 1.



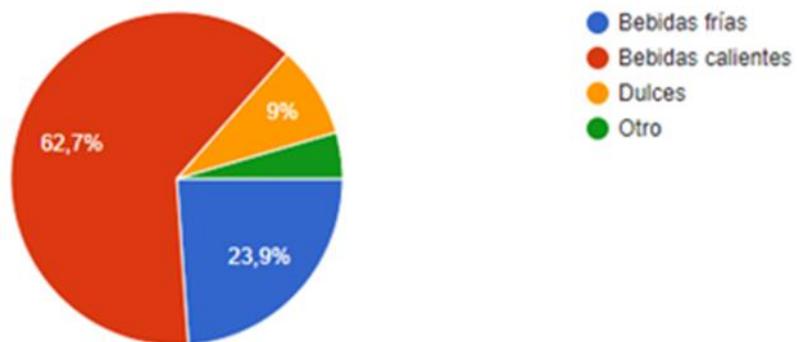
Pregunta 2.



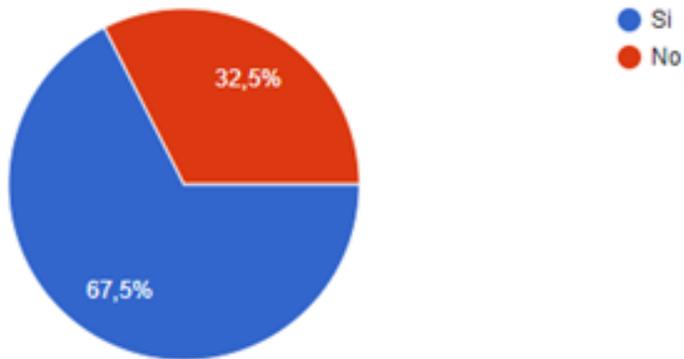
Pregunta 3.



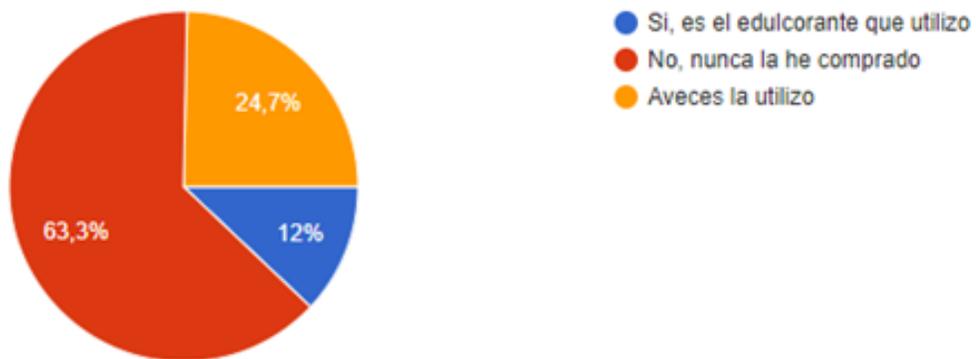
Pregunta 4.



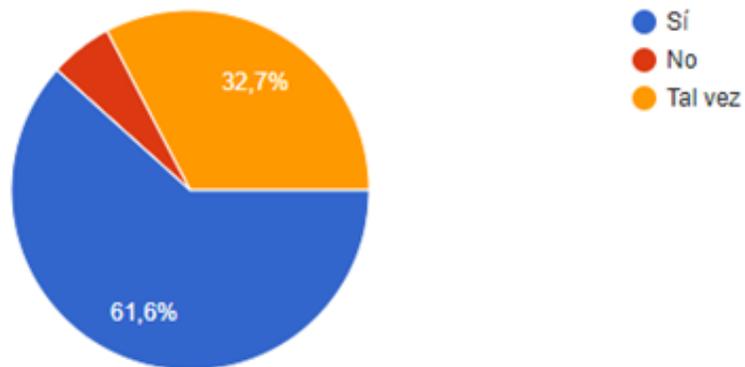
Pregunta 5.



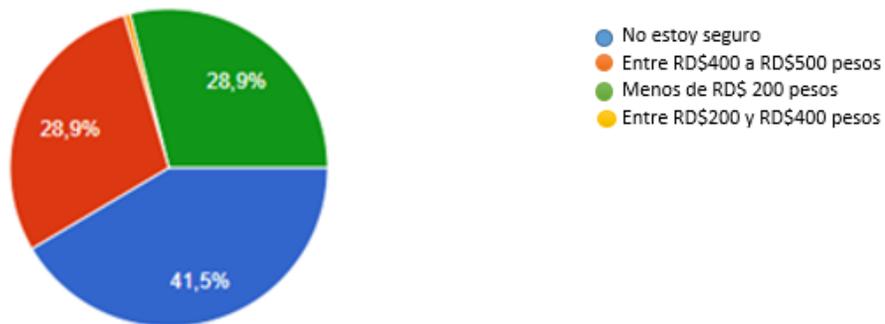
Pregunta 6.



Pregunta 7.



Pregunta 8.



Documentos para la Importación

1) Factura Comercial

EMPRESA EXPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		RUC. No. 20100452112 FACTURA/INVOICE N° 001- 000001		
EMPRESA IMPORTADORA Dirección: Teléfono/Fax: E-mail:		Orden de Compra N°: Conocimiento de Embarque N°:		
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Peso Bruto: Peso Neto: Vía:				
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DE MERCANCÍAS	PRECIO UNITARIO	TOTAL
INCOTERMS:		TOTAL FACTURADO:		

Firma del Remitente

Fecha

Declaramos bajo juramento que todos los datos que contiene esta factura son el fiel reflejo de la verdad y que todos los precios indicados son los realmente pagados (o a pagarse). Declaramos en igual forma que no existen convenios que permitan alteraciones en estos precios.

2) Bill of Lading

DRAFT BILL OF LADING

SHIPPER / REMITENTE: Name: Industrias Majota Address: : Zona 16 de febrero Av. Santa Fe Phone: (512) Email: sales@industriasmajota.com		BOOKING NUMBER / BILL OF LADING # 102318	EXPORT REFERENCES 231018
CONSIGNEE / CONSIGNADO A: Name: Proyecto Stevia WJM Address: Autopista 6 de Noviembre, Esq. c/ Phone: 809-537-2281 Email: stevia@wjm.com		FORWARDING AGENT	
NOTIFY PARTY / DIRIGIR NOTIFICACION DE LLEGADA A: Same as a consignee		SPECIAL INSTRUCTIONS/ RUTA DOMESTICA / INSTRUCCIONES	
VESSEL / VAPOR		VOYAGE	
PORT OF DISCHARGE Port of Haina Oriental		TYPE OF MOVE / TIPO DE MOVIMIENTO SEA	
MARKS & NUMBERS	NO. OF PKGS/TYPE OF PKG		GROSS WEIGHT
Y123456	6 x 24'	144 Plantas de Stevia (Cajas)(144 x 180 kg) Grav. 0%, Tariff Code 1211.90.90	1,684.80
TOTAL NO. OF PKGS. 6 x 24'			TOTAL KGS 1,684.80 TOTAL MEASUREMENT 0.00
PAYABLE AT: PREPAID: COLLECT:	Haina Oriental US\$1,684.80		BOOKING / BILL OF LADING # 909884 DATE: 30-Aug-20

3) Permiso VUCE

[wcIC012001] Solicitud de Ventanilla Unica Antes de la Declaración

Información Básica

Organismo Externo	MINISTERIO DE AGRICULTURA	Nombre de Formulario	Autorización Importación Plantas para S
No. de Solicitud		Tipo de Solicitud	Importació
Medio de Transporte		Puerto de Salida	
Nombre Medio de Transporte		Puerto de Entrada	
Fecha de Llegada		País de Procedencia	
No. Doc. de Embarque		Cantidad de Contenedor	

Solicitante

Nombre		Documento	=== To
Dirección			

Proveedor

Nombre		Nacionalidad	
Dirección			

Sec.	Nombre	Codigo de Nacionalidad	Nacionalidad

Fabricante

Nombre		Nacionalidad	
Dirección			

Información de Mercancia

Código de S.A.			
Marca		Modelo	
Producto		País de Origen	

Componente y Especificación	<input type="text"/>		
Unidad	<input type="text"/>	Cantidad	<input type="text" value="0.00"/>
Peso	<input type="text" value="0.00"/>	Valor FOB (US\$)	<input type="text" value="0.0000"/>
No. de Registro	<input type="text"/>	No. de Lote	<input type="text"/>
Descripción/uso	<input type="text"/>		

Sec.	Código de S.A.	Producto	Marca
< <input type="text"/> >			

Documentos

<input type="button" value="Agregar"/>	<input type="button" value="Eliminar"/>
	

4) Carta de Permiso de Importación



REPUBLICA DOMINICANA

MINISTERIO DE AGRICULTURA

DEPARTAMENTO DE PROMOCION AGRICOLA Y GANADERA

“Año del Fomento de las Exportaciones”

AUTORIZACION

2027-0007B8

QUIEN SUSCRIBE, ANGEL ESTEVEZ, Ministro de Agricultura, autorizo a **Proyecto Stevia WJM S.A.**, a realizar la siguiente importación:

- A) Producto : **Planta Stevia**
- B) Cantidad : **144 Cajas**
- C) Origen : **Bolivia**
- D) Procedencia : **Bolivia**
- E) Valor C.I.F. : **US\$1,684.80**

El producto más arriba mencionado podrá ingresar a la República Dominicana, luego de haber cumplido con los siguientes Reglamentos:

- 1) Certificado de no objeción: Sanidad Vegetal No. 1124, de fecha 30-06-20
- 2) Factura Comercial.

Es indispensable que esta mercancía venga acompañada del certificado fito-zoosanitario del país de origen, verificando nuestros técnicos que la misma esté libre de plagas y enfermedades que puedan afectar la Agropecuaria Nacional.

La importación de esta mercancía deberá pagar los aranceles correspondientes, de acuerdo con todos los gravámenes vigentes que rigen las importaciones de este tipo, así como los demás derechos y cargos si existieran.

DADA en Santo Domingo, República Dominicana el día 27 de Julio del año Dos Mil Veinte (2020). **Esta autorización expira en fecha 23-10-21. A partir de esta fecha NO HABRA RENOVACION.**

Ángel Estévez

Ministro de Agricultura

AE

DM/Ag.

27-07-20

6) Declaración Única Aduanera (DUA)

FORM.No. 003-2007

DECLARACION UNICA ADUANERA (DUA)




A) DECLARACIÓN:		B) IMPORTADOR/EXPORTADOR:		C) AGENTE DE ADUANAS:					
1. NO. DE DECLARACIÓN		1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		1. NOMBRE					
2. FECHA	19/07/2020	2. DIRECCIÓN		2. CÓDIGO	203-04				
3. TIPO DE DECLARACIÓN	IMPORTACION / NO MANIFIESTO	3. S. NO. A BUENA VISTA / SANTO DOMINGO		3. CEDULA	40300747141				
4. PUERTO DE SALIDA / ENTRADA	CÓDIGO:	3. TELÉFONO	8299256496	REGIMEN ADUANERO Y PREFERENCIAS ARANCELARIAS 1. REGIMEN ADUANERO CÓDIGO: 1 DESPACHO A CONSUMO 2. PREFERENCIA ARANCELARIA					
5. PAÍS PROCEDENCIA / DESTINO	CÓDIGO:	4. E. MAIL							
6. DESTINATARIO		5. FAX							
7. Doc. de Embarque	00758	6. RNC	121008744						
9. MEDIO DE TRANSPORTE		7. CED. O PASAPORTE							
a) Nombre de la Empresa		SÓLO PARA LOS REGIMENES DE ZONA FRANCA Y DE ADMISIÓN TEMPORAL 1. DATOS RELATIVOS A LA EXPORTACIÓN a) MATERIA PRIMA IMPORTADA UTILIZADA(S) (C/F) VALOR US\$ b) MATERIA PRIMA LOCAL VALOR US\$ c) SUELDOS Y SALARIOS VALOR US\$ d) CONTRATACION DE SERVICIOS VALOR US\$ e) OTROS VALOR US\$							
b) Numero de Viaje / Vuelo									
c) Nacionalidad del medio de transporte									
10. CANAL									
DOCUMENTOS PRESENTADOS									
REFERENCIA	TIPO DE DOCUMENTO	EMITIDO POR	TELÉFONO	E. MAIL					
000254	FACTURA COMERCIAL	siesta export	8094501412	siesta@gmail.com					
DECLARACIÓN DE LA MERCANCIA									
NO.	1. CÓDIGO ARANCELARIO	2. DETALLE	3. TIPO DE PRODUCTO	4. PAÍS DE ORIGEN	5. CANT.	6. UNIDAD	7. PESO	8. VALOR FOB	9. PRECIO AL POR MENOR
1	1211.90.90	ALBÁHACA HOJA LUCH 200GR	SI		9,000.00	Kilogramos	9,000.00	0.16	0.00
10. DESCRIPCIÓN MERCANCIA: plantas de siesta para la siembra									
DATOS DE CONTENEDORES / CAMIONES									
1-A. CONTENEDOR		1-B. PLACA, etc.		2. SELLOS		3. CARGA			
VALOREN US\$			PESO DE LA MERCANCIA						
1. CONCEPTO	2. MONTO		1. KILOGRAMO BRUTO		2. KILOGRAMO NETO				
a) TOTAL FOB	\$ 1,440.00		9,000.00		9,000.00				
b) SEGURO	\$ 28.00		TASA OFICIAL DEL DIA						
c) FLETE	\$ 216.00		1. TASA OFICIAL DEL DIA						
d) OTROS	\$ 0.00		2. TOTAL REDS						
e) TOTAL CIF	\$ 1,684.00		0						
PARA USO OFICIAL (NO ESCRIBIR)									
OBSERVACIONES									
REPRESENTANTE DE LA EMPRESA (NOMBRE-FIRMA-SELLO)			VERIFICADO CONFORME CERTAL DE ADUANAS (NOMBRE-FIRMA-SELLO)			ADMINISTRADOR DE ADUANAS (FIRMA-SELLO)			
DIA MES AÑO			DIA MES AÑO			DIA MES AÑO			

7) Liquidación

Ministerio de Hacienda

Dirección General de Aduanas
Sistema Integrado de Gestión Aduanero (SIGA)
Reporte de Liquidación de Impuestos

Usuario : Stevia WJM
Fecha : 19/07/2020
Hora : 21:13:09

Declaración : 10030-IC01-2007-231018 Liquidación : Temporal() Fecha Decl. : 19/07/2020 Régimen : DESPACHO A CONSUMO Resultado : Estado : Registrado/Aceptado	Manifiesto : Consignatario : Fecha Llegada : // Número B/L : Endosado : Adm : ADMINISTRACION HAINA ORIENTAL	Importador : ATILA TECHNOLOGY COMPANY SRL Documento : 131608755 Agencia : CARIBE TRANS SAS Resolución : 203-04 Dep Fiscal : NO Despacho : NO MANIFIESTO Ded Madre :
---	--	---

DETALLE DEL MANIFIESTO :
OBSERVACION DE LA DECLARACION : Declaración Web DGA

ITEM	ARANCEL	DESCRIPCION	UNID.	ORIGEN	CANT.	FOB	CF	GRAVAMEN	SELECTIVO	TTBIS	TOTAL
1	1211.90.90	ALBAHACA HOJA LC TH 260GR	Kilogramos	BOLIVIA	9,000.00	0.16	98,299.66	0.00	0.00	17,693.97	17,693.97
						Totales	98,299.66	0.00	0.00	17,693.97	17,693.97

PESO DE LA MERCANCIA

Peso Bruto KG: 9,000.00
Peso Neto KG: 9,000.00

VEHICULOS

No. Chasis Año Marca Color Vehículo CC Tipo

FURGONES

No. Furgón Sello 1 Sello 2 Tipo de Empaque

DISPOSICIONES

No. Descripción

	RDS	US\$(58.35)
Total FOB:	\$84,016.94	\$1,440.00
Seguro :	\$1,680.34	\$28.80
Flete :	\$12,602.54	\$216.00
Otros :	\$0.00	\$0.00
Total CIF :	\$98,299.82	\$1,684.80

Total Imp. y Régimen a Pagar:	\$17,693.97
Recargo Por Declaración Tardía :	\$0.00
Multa por Infracción :	\$0.00
Sanción por Infracción :	\$0.00
Total Impuestos a Pagar :	\$17,693.97
Total Impuestos Pagado :	\$0.00
Balance a Pagar de Impuestos :	\$17,693.97

Total Diferencia por Preferencia:	\$0.00
Total Monto Liberado del CIF:	\$0.17
Tasa Servicio Aduanero:	\$0.00
Tasa Servicio Aduanero Pagado:	\$0.00
Declaración Única Aduanera:	\$200.00
Declaración Única Aduanera Pagado:	\$0.00
Balance a Pagar por Servicio Aduanero :	\$200.00

"Nota: Esta liquidación de impuestos queda sujeta a la revisión posterior de los aspectos vinculados con el valor, la clasificación arancelaria, el origen de la mercancía, la cantidad y cualquier otro atributo relacionado con los elementos que constituyen el Hecho Generador y la Base Imponible de los derechos e impuestos eventualmente exigibles, que se hayan dejado de percibir en la liquidación inicial, a causa de error, fraude, elusión o de cualquier otra naturaleza, lo que puede hacerse antes, durante, después del despacho o levante de las mercancías, dentro de los plazos y formas previstos en la legislación aduanera y tributaria vigentes."

8) Certificado de Origen



ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA
SERVICIO NACIONAL DE VERIFICACIÓN DE EXPORTACIONES
"SENAVEX"

CERTIFICADO
N° **LPZ 13737**

CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN

PAÍS EXPORTADOR BOLIVIA PAÍS IMPORTADOR PERU

N° DE ORDEN (1)	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS
1	2106900100	Stevia Endulzante Natural de stevia en polvo línea Light 40 g y 80 g

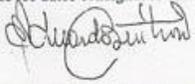
DECLARACIÓN DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N° 000276 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) CAN de conformidad con el siguiente desglose:

N° DE ORDEN (1)	NORMAS (3)
1	Decisión 416, Artículo 2, Literal e)

Declaro bajo juramento, en cumplimiento de las normas de origen, que los datos consignados son fidedignos.

Fecha : La Paz, miércoles, 21 de agosto de 2013

Sello y firma del Representante Legal del exportador o productor:  

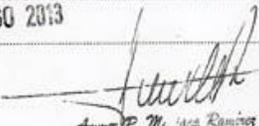
OBSERVACIONES: _____

CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

LA PAZ - BOLIVIA

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de _____ a los 21 AGO 2013





Amador M. de los Ríos
CERTIFICADO DE ORIGEN
Sello y firma Entidad certificadora

AL 078825 CONTROL

NOTAS: (1) Esta columna debe ser el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente los números de orden, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.

(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.

(3) En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Dustball Plagiarism Report

Score: 100%

Precios de Stevia en diferentes presentaciones de productores y distribuidores OK
leccionados cumplen la característica de vender diferentes edulcorantes, entre OK
partir del producto obtenido del proceso descrito anteriormente se continua OK
mbiar conocimientos y estrategias con empresas internacionales de las mismas OK
rmación extraída en una investigación realizada en diferentes establecimientos OK
Cotlher y Armstrong (2003) es el conjunto de organizaciones interdependientes OK
Establecimientos seleccionados para obtención de información 59 OK
millones necesitan edulcorantes para el correcto desenvolvimiento de su salud, OK
Atlantic International University (2015) definió los siguientes términos: OK
aduanera, nomenclatura arancelaria, procedimientos aduaneros (declaración OK
puesta busca potencializar la actividad económica de República Dominicana, OK
Establecimientos seleccionados para obtención de información OK
Desarrollar estrategias de posicionamiento del producto a través de un OK
Stevia contiene antioxidantes que ayudan a neutralizar Las células causantes OK
Se seleccionan un/algunos distribuidores para algunas regiones determinadas; OK
umidores dominicanos utilizan los edulcorantes en bebidas calientes, siendo el OK
da edulcorantes naturales por rechazo a ingredientes sintéticos: <https://gestion> OK
Atlantic International University (2015) enumera las siguientes funciones: OK
Stevia rebaudiana es una planta cultivada tradicionalmente en Bolivia y OK
atos proporcionados anteriormente fueron obtenidos por los inventores con un OK



© 2002-2020 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>