

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN HOUSTON
FICHA MERCADO PRODUCTO
ENDULZANTES DE STEVIA**

1. Nomenclatura arancelaria

- 2106.9099** - PREPARACIONES ALIMENTARIAS NO ESPECIFICADAS EN OTRA PARTE: OTRAS
- 2106.9099** - PRODUCTOS DE BIENESTAR HERBAL: ENDUZANTE NATURAL STEVIA SACHETS
- 2106.9099** - PRODUCTOS DE BIENESTAR HERBAL: ENDUZANTE NATURAL STEVIA DE MESA
- 2106.9099** - ENDUZANTE NATURAL STEVIA ENVASES LIQUIDOS
- 2106.9099** - PRODUCTOS HERBALES DE BIENESTAR: PAQUETES DE ENDULZANTE NATURAL STEVIA
- 2938.9090** - EXTRACTO DE STEVIA (ENDULZANTE NO NUTRITIVO, NO GRADO FARMACÉUTICO)
- 2938.9090** - ENDULZANTE NO NUTRITIVO GLUCÓSIDO DE STEVIOL (STEVIA)
- 2938.9090** - TRUVIA STEVIA RA95

2. Denominación/nombre comercial en país de destino

- 2106.9099** – FOOD PREPARATIONS NOT ELSEWHERE SPECIFIED: OTHER
- 2106.9099** - HERBAL WELLNESS PRODUCTS: NATURAL SWEETENER STEVIA SACHETS
- 2106.9099** - HERBAL WELLNESS PRODUCTS: NATURAL SWEETENER STEVIA TABLETOP
- 2106.9099** - NATURAL SWEETENER STEVIA LIQUID PACKS
- 2106.9099** - HERBAL WELLNESS PRODUCTS: NATURAL SWEETENER STEVIA PELLET PACKS
- 2938.9090** - STEVIA EXTRACT (NON-NUTRITIVE SWEETENER, NOT PHARMACEUTICAL GRADE)
- 2938.9090** - STEVIOL GLYCOSIDE (STEVIA) NON-NUTRITIVE SWEETENER
- 2938.9090** - TRUVIA STEVIA RA95

3. Requisitos de acceso al mercado

Todos los productos de origen agrícola están sujetos a las reglas de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).

La planta comúnmente conocida como Stevia contiene glucósidos de esteviol, que se usan como edulcorantes. Si los ingredientes alimentarios, como los edulcorantes, generalmente se reconocen como seguros ("GRAS"), no requieren la aprobación de la FDA como aditivo alimentario. Según su revisión de la información y los datos presentados por la industria en los avisos GRAS enviados a la FDA, la FDA no ha cuestionado el estado GRAS de ciertos glucósidos de esteviol de alta pureza para su uso en alimentos. Estos glucósidos de esteviol de alta pureza pueden comercializarse legalmente y agregarse a productos alimenticios vendidos en los Estados Unidos. Sin embargo, la hoja de stevia y los extractos crudos de stevia no se consideran GRAS y no cuentan con la aprobación de la FDA para su uso en alimentos.

Un edulcorante "high intensity" (de alta intensidad) está regulado como un aditivo alimentario, a menos que su uso como edulcorante sea generalmente reconocido como seguro (Generally

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Recognized as Safe, GRAS). El uso de un aditivo alimentario debe someterse a una revisión y aprobación previa a la comercialización por parte de la FDA antes de que pueda usarse en alimentos. En contraste, el uso de una sustancia GRAS no requiere aprobación previa a la comercialización. Más bien, la base para una determinación de GRAS basada en procedimientos científicos es que los expertos calificados por la capacitación científica y la experiencia para evaluar su seguridad concluyen, con base en la información disponible públicamente, que la sustancia es segura bajo las condiciones de su uso previsto. Una compañía puede hacer una determinación GRAS independiente para una sustancia con o sin notificar a la FDA. Independientemente de si una sustancia está aprobada para su uso como aditivo alimentario o si se determina que su uso es GRAS, los científicos deben determinar que cumple con el estándar de seguridad de certeza razonable de que no hay daño en las condiciones previstas para su uso. Este estándar de seguridad está definido en las regulaciones de la FDA.¹

Seis edulcorantes de alta intensidad están aprobados por la FDA como aditivos alimentarios en los Estados Unidos: sacarina, aspartame, acesulfamo de potasio (Acesulfame-K), sucralosa, neotame y advantame. Se han presentado avisos GRAS a la FDA para dos tipos de edulcorantes de alta intensidad (ciertos glucósidos de esteviol obtenidos de las hojas de la planta de stevia “Stevia rebaudiana Bertoni”) y extractos obtenidos de la fruta *Siraitia grosvenorii* Swingle.

Según la evidencia científica disponible, la agencia ha concluido que los edulcorantes de alta intensidad aprobados por la FDA son seguros para la población en general bajo ciertas condiciones de uso. Para ciertos glucósidos de esteviol altamente purificados y extractos obtenidos de fruta de monje, la FDA no ha cuestionado las determinaciones de GRAS de los notificadores en las condiciones de uso previstas descritas en los avisos de GRAS presentados a la FDA.

Durante la revisión previa a la comercialización, la FDA estableció un nivel aceptable de ingesta diaria (IDA) para cada uno de los cinco edulcorantes de alta intensidad aprobados como aditivos alimentarios. Una IDA es la cantidad de una sustancia que se considera segura para consumir cada día durante el transcurso de la vida de una persona. Para cada uno de estos edulcorantes, la FDA determinó que la ingesta diaria estimada, incluso para un gran consumidor de la sustancia, no excedería la IDA. En general, un aditivo no presenta problemas de seguridad si la ingesta diaria estimada es menor que la IDA. Para obtener más información, consulte la tabla de resumen de edulcorantes de alta intensidad en Información adicional sobre edulcorantes de alta intensidad permitidos para uso en alimentos en los Estados Unidos.

En el caso de los glucósidos de esteviol, el Comité Mixto de Expertos en Aditivos Alimentarios (JECFA) de la Organización Mundial de Alimentos y Agricultura / Organización Mundial de la Salud estableció una IDA. Los ciclamatos y sus sales (como el ciclamato de calcio, el ciclamato de sodio, el ciclamato de magnesio y el ciclamato de potasio) están actualmente prohibidos en los Estados Unidos. Los extractos de hoja entera y cruda de stevia están sujetos a una alerta de importación y tampoco se permite su uso como edulcorantes. (Nota: Estas formas de stevia son diferentes de ciertos glucósidos de esteviol altamente purificados obtenidos de las hojas de stevia, que han sido objeto

¹ FDA: “Has Stevia been approved by FDA to be used as a sweetener?”

<https://www.fda.gov/about-fda/fda-basics/has-stevia-been-approved-fda-be-used-sweetener>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

de avisos GRAS; la FDA no se ha opuesto al uso como edulcorantes de estas sustancias altamente refinadas).

Además, si la revisión de la documentación del etiquetado y / o entrada revela hojas de stevia o productos derivados de estevia, las Divisiones pueden detener estos artículos bajo el cargo en esta alerta de importación, a menos que:

1. El producto está etiquetado como un suplemento dietético. Si las hojas de stevia o los extractos crudos obtenidos de las hojas de stevia se usan en un suplemento dietético para un efecto técnico, por ejemplo, como edulcorante o agente saborizante Y se etiquetan como tales, se consideran aditivos alimentarios inseguros; en consecuencia, dichos productos estarían sujetos a detención. Sin embargo, en ausencia de un etiquetado que especifique su uso para un efecto técnico, el uso de estas sustancias como ingrediente dietético en un suplemento dietético no está sujeto a las disposiciones sobre aditivos alimentarios de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos;
2. El producto está diseñado para usarse únicamente como un ingrediente dietético en la fabricación de un producto de suplemento dietético. Si las hojas de stevia o los extractos crudos obtenidos de las hojas de stevia se usan en un suplemento dietético para un efecto técnico, por ejemplo, como edulcorante o agente saborizante Y se etiquetan como tales, se consideran aditivos alimentarios inseguros; en consecuencia, dichos productos estarían sujetos a detención. Sin embargo, en ausencia de un etiquetado que especifique su uso para un efecto técnico, el uso de estas sustancias como ingrediente dietético en un suplemento dietético no está sujeto a las disposiciones sobre aditivos alimentarios de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos;
3. El producto es o contiene glucósidos de esteviol altamente purificados que cumplen con la especificación para > = 95% de glucósidos de esteviol como se describió anteriormente (ver Motivo de alerta). En este caso, se debe proporcionar documentación, incluido un certificado de análisis e información del proceso de fabricación, para demostrar la aceptabilidad del artículo en cuestión. Para preguntas o problemas relacionados con la composición del producto ofrecido para la importación (incluida la documentación analítica o componentes principales vs. componentes menores), las Divisiones pueden comunicarse con CFSAN / OC / Rama de cumplimiento de etiquetado y suplementos dietéticos;
4. Existe documentación para demostrar que el producto está destinado a la investigación. Las hojas de stevia y las sustancias derivadas de estevia pueden estar en estudio en los Estados Unidos en entornos de investigación como base para establecer información toxicológica para futuras evaluaciones de seguridad. Los envíos de hojas de stevia y sustancias derivadas de stevia que se ofrecen para la importación están indicados para su liberación cuando existe documentación para demostrar que el destino final y el uso final del producto son para fines de investigación y siempre que no haya otros problemas de cumplimiento;
5. El procesamiento posterior en glucósidos de esteviol altamente purificados cumplirá con la especificación para > = 95% de glucósidos de esteviol como se describe anteriormente (ver Motivo de alerta). Las hojas de stevia y los extractos crudos obtenidos de las hojas de stevia también están indicados para su liberación cuando existe documentación para demostrar que el destino final y el uso final de estas sustancias es la producción de glucósidos de esteviol altamente purificados que cumplan con la especificación para > = 95% de esteviol glucósidos



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

como se describió anteriormente (ver Motivo de la alerta) y siempre que no haya otros problemas de cumplimiento.

Si se determina mediante la revisión del certificado de análisis o la información de fabricación que un producto alimenticio contiene hojas de stevia y / o extractos de stevia crudos que no cumplen con la especificación para glucósidos de esteviol altamente purificados como se describe anteriormente (ver Motivo de alerta), una recomendación para la detención sin examen físico debe enviarse a la División de Operaciones de Importación (DIO), HFC-170; A MENOS QUE el producto esté etiquetado como un suplemento dietético o para su uso exclusivo como ingrediente dietético en la fabricación de un producto de suplemento dietético. La referencia a cualquier material, equipo o proceso comercial no constituye de ninguna manera aprobación, respaldo o recomendación por parte de la FDA. Para asegurar la liberación de un envío individual detenido de conformidad con esta Alerta de importación, el importador debe proporcionar los resultados de un análisis de laboratorio de terceros utilizando los métodos recomendados por la FDA.

Para eliminar el producto de una empresa de la Lista Roja, se debe proporcionar información a la Agencia para demostrar adecuadamente que la empresa ha resuelto las condiciones que dieron lugar a la aparición de la violación. El objetivo de esto es que la agencia tenga confianza en que las futuras entradas cumplirán con la Ley Federal de Medicamentos y Cosméticos Alimentarios (es decir, la Ley). Para obtener orientación sobre el retiro de la detención sin examen físico, consulte el Manual de procedimientos reglamentarios de la FDA, Capítulo 9-8, "Detención sin examen físico (DWPE)", disponible en:

<http://www.fda.gov/ICECI/ComplianceManuals/RegulatoryProceduresManual/ucm179271.htm>.

Si una empresa y / o un representante de la misma desea solicitar la remoción de la detención sin un examen físico bajo esta Alerta de importación, toda la información relevante que respalde la solicitud debe enviarse a la siguiente dirección:

FDA
División de Operaciones de Importación
12420 Parklawn Drive
ELEM - 3109
Rockville, MD 20857
Importalerts2@fda.hhs.gov

Links con mayor información de la FDA:

- **Stevia ha sido aprobada por la FDA para ser utilizado como edulcorante?**
<https://www.fda.gov/about-fda/fda-basics/has-stevia-been-approved-fda-be-used-sweetener>
- **High-Intensity Sweeteners**
<https://www.fda.gov/food/food-additives-petitions/high-intensity-sweeteners>
- **Detención sin examen físico de hojas de stevia, extractos crudos de hojas de stevia y alimentos que contienen hojas de stevia y / o extractos de stevia**
<https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/prohibited-restricted-ingredients-cosmetics>



4. Tendencias del mercado

Con el creciente incremento del interés del cuidado de la salud a nivel mundial, ha habido un mayor enfoque en la reducción del consumo del azúcar y en la búsqueda de alternativas de edulcorantes que puedan desplazarlo. Por lo que es común hoy en día, que los consumidores verifiquen la cantidad de azúcar en los empaques de alimentos antes de comprarlos. Sin embargo, los edulcorantes, quienes han liderado el mercado de productos dietéticos por muchas décadas, han sido expuestos por diversos estudios debido a su potencial impacto a la salud a largo plazo. Motivo por el cual se dejó la puerta abierta a otras alternativas de edulcorantes naturales como la stevia. Una alternativa milenaria, descubierta en América del Sur a finales del siglo 19 y que ha sido foco de interés en los últimos años debido a su poder endulzante que de forma natural es 30 veces más dulce que el azúcar, pero una vez procesada puede llegar a ser hasta 300 veces más potente

Según Mordor Intelligence, se estima que el mercado de stevia de América del Norte registrará una tasa compuesta anual del 9.8%, durante el período de pronóstico (2020-2025). Según el estudio, algunas consideraciones clave incluyen:

1. La stevia se usa ampliamente en una variedad de productos alimenticios, como lácteos, panadería y confitería, bebidas y productos farmacéuticos, ya que se puede incorporar fácilmente, impartiendo un sabor dulce, usando muy pocas calorías.
2. Los crecientes casos de diabetes, obesidad y otros problemas de salud han cambiado el enfoque hacia los edulcorantes bajos en calorías, que actúan como sustitutos del azúcar.
3. Una gran amenaza para este mercado es la rápida disponibilidad de otros edulcorantes bajos en calorías.²

En 2016, el 33% de los consumidores estadounidenses afirmaron que habían limitado su consumo de azúcar más que el año anterior. Alrededor del 45% de los consumidores estadounidenses dijeron que habían limitado la misma cantidad de consumo de azúcar que el año anterior. Mientras que el 4% dijo que había limitado su consumo de azúcar menos que el año anterior, el 17% dijo que no había limitado su consumo de azúcar. Lo cual quiere decir que aproximadamente el 83% de los consumidores de EE. UU. están limitando su consumo de azúcar, lo que crea una oportunidad para que el mercado de la stevia se expanda, ya que es un sustituto natural del azúcar sin calorías y tiene varios beneficios para la salud.

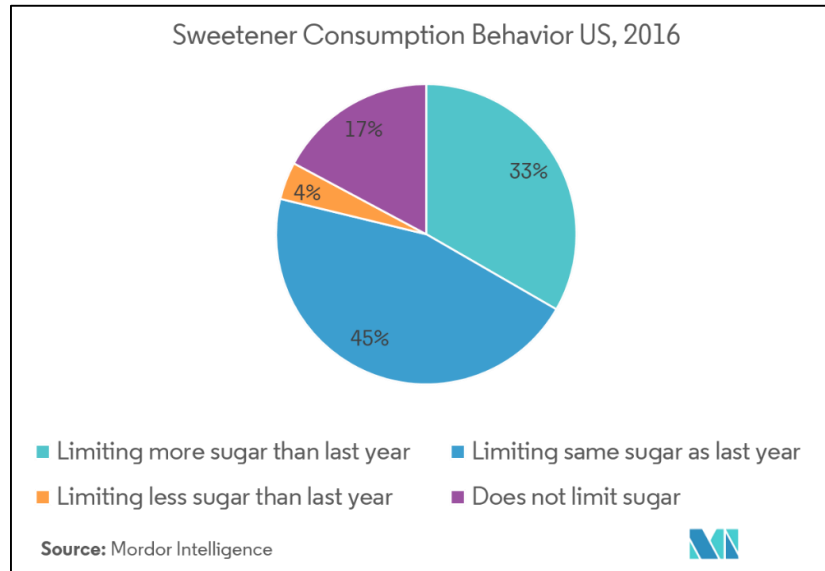
Los estadounidenses ahora pueden obtener su dosis de azúcar sin calorías de una alternativa totalmente natural a los edulcorantes artificiales. Una vez limitado al mercado de alimentos saludables como una hierba no aprobada, el edulcorante derivado de plantas conocido como stevia ahora está ampliamente disponible y reemplaza rápidamente a los edulcorantes artificiales en productos de consumo. Treinta veces más dulce que el azúcar, sin ocasionar impacto en los niveles

² Mordor Intelligence

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/north-america-stevia-market>

de azúcar en la sangre, se pronostica que las ventas de stevia alcanzarán alrededor de \$700 millones en los próximos años, según el gigante financiero de agronegocios Rabobank.³

Figura 1. Consumo de endulzantes en EE.UU. en 2016



Fuente: Mordor Intelligence

Stevia es un edulcorante 100% natural y sin calorías que puede llegar a ser hasta 300 veces más dulce que el azúcar y que además posee diversos beneficios para la salud. Dado que la stevia tiene un índice glicémico bajo y no influye en los niveles de azúcar en la sangre, es adecuada para pacientes diabéticos. Su naturaleza no cariogénica la hace suave en los dientes, lo que resulta en una buena salud dental. La creciente conciencia sobre los beneficios para la salud de la stevia sobre el azúcar ha llevado a un aumento global en su demanda debido a que ahora se cultiva comercialmente en todo el mundo. Como la mayoría de los edulcorantes bajos en calorías disponibles en el mercado son artificiales, la demanda de edulcorantes naturales como la stevia se ha expandido aún más.⁴

Otros factores que influyen en la demanda de stevia de los Estados Unidos son los cambios en el estilo de vida, el aumento de los ingresos disponibles, la conciencia sobre el mantenimiento de una buena salud, las iniciativas gubernamentales para reducir la ingesta de azúcar y la necesidad de combatir problemas de salud como la obesidad y la diabetes.

³ American council of Exercise (ACE): “The truth about Stevia – The So-called “Healthy Alternative Sweetener”

<https://www.acefitness.org/certifiednewsarticle/1644/the-truth-about-stevia-the-so-called-healthy-alternative-sweetener/>

⁴ Cision PR Newswire “Global Stevia Market Report 2019: Market Reached a Value of US\$ 492 Million in 2018 and is Expected to Reach \$818 Million by 2024”

<https://www.prnewswire.com/news-releases/global-stevia-market-report-2019-market-reached-a-value-of-us-492-million-in-2018-and-is-expected-to-reach-818-million-by-2024-300798936.html>

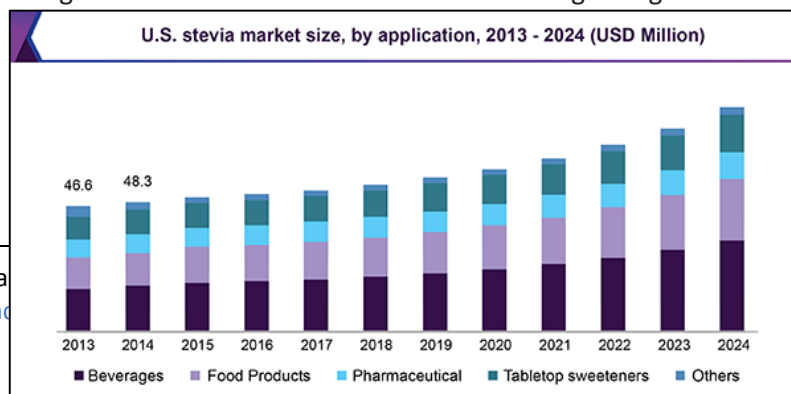
La región de Asia Pacífico dominó el mercado mundial de stevia al representar la mayor participación de mercado del 39,43% en 2018, mientras que se estima que la región de América del Norte sea la segunda región de más rápido crecimiento durante el período de pronóstico. La región de Asia Pacífico está experimentando una creciente demanda de productos de alimentos y bebidas, por lo que las principales compañías de alimentos y bebidas como Pepsico, Coca Cola también están invirtiendo fuertemente en la región. Como resultado, la región de Asia Pacífico lideró la demanda mundial de stevia en 2018 debido al uso creciente de edulcorantes artificiales.

La región de América del Norte tuvo una participación considerable en el mercado en 2018. Este aumento de la demanda puede atribuirse a la creciente conciencia del consumidor sobre los beneficios para la salud de los edulcorantes naturales y la stevia en particular, y al creciente enfoque en la disminución del consumo de azúcar con el desarrollo de alternativas edulcorantes. Por ejemplo, en 2018, GLG Life Tech Corp. lanzó su línea de productos edulcorantes Reb M en colaboración con Archer Daniels Midland Co., un socio global de ventas y marketing. Los edulcorantes están hechos de la hoja de stevia High Reb M Dream Sweetener patentada por GLG Life Tech, que tiene altas cantidades de glucósidos de esteviol Reb M que tienen un sabor azucarado.⁵

El mercado general de edulcorantes ya está dominado por edulcorantes artificiales como el aspartamo, acesulfame -K la sucralosa y el ciclamato. Stevia, por otro lado, es un edulcorante natural y es un segmento de nicho dentro del mercado de edulcorantes de alta intensidad. En los últimos años, ha habido una tendencia creciente a centrarse en edulcorantes y aditivos alimentarios derivados de la naturaleza debido a la creciente conciencia del consumidor sobre los efectos nocivos de los aditivos artificiales en la salud humana.

El sector alimentario seguirá siendo un sector de alto potencial para la stevia debido a la creciente demanda de productos de confitería, galletas, chocolates, entre otros productos para hornear. Esto ayudará a expandir el mercado para los fabricantes y mejorar su alcance durante el período de pronóstico. La Stevia posee una alta aceptabilidad del consumidor en Asia Pacífico y América Latina debido a la creciente disponibilidad del producto en estas regiones y al aumento de la conciencia sobre sus numerosos beneficios. Europa y América del Norte son mercados relativamente más grandes debido a la mayor penetración de productos en el sector alimentario. El segmento de bebidas dominó el mercado de la stevia en 2015. Se espera que el segmento sea testigo del crecimiento más rápido durante el período de pronóstico debido al uso creciente de stevia en varias bebidas carbonatadas. Además de esto, el producto también se utiliza en varias bebidas bajas en calorías y/o en de denominación “cero”, atendiendo la creciente demanda de los consumidores.

Figura 2. Consumo de stevia en los EE.UU. según segmentos



⁵ Grandview Resea
<https://www.grandviewresearch.com>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Fuente: Grandview Research

El sabor amargo de la stevia ha sido una gran preocupación para los productores y, por lo tanto, las compañías han comenzado a trabajar en soluciones como para mejorar la stevia con modificadores y potenciadores del sabor y atenuar el amargor. Lo cual ha ayudado a mejorar los niveles de aceptación del consumidor y expandir su uso en más productos alimenticios.

Según el informe publicado por Fior Markets, se espera que el mercado global de stevia crezca de USD 694.71 millones en 2018 a USD 1,134.61 millones en 2026, a una tasa compuesta anual de 6.32% durante el período de pronóstico de 2019-2026. El uso potencial de stevia en la industria farmacéutica, junto con la creciente preferencia del consumidor por los edulcorantes bajos en calorías, están impulsando el mercado global de stevia.⁶

Stevia también es conocida por sus propiedades medicinales y herbales superiores. También es conocido por su capacidad para controlar la presión arterial y controlar el peso. Por lo tanto, se espera que la investigación y el desarrollo continuos en la industria farmacéutica impulsen el mercado mundial de stevia durante el período de pronóstico.

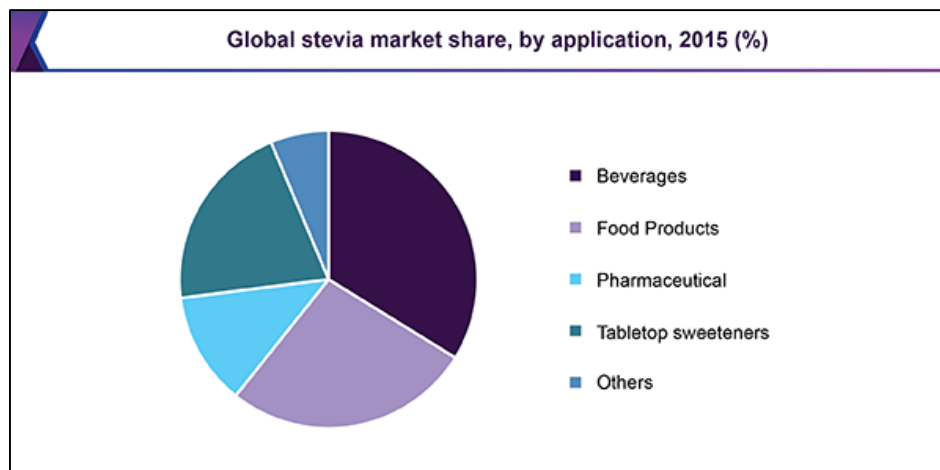
En el estudio de stevia de Globe Newswire, se estima que el aumento de las actividades de investigación sobre las propiedades a base de hierbas y medicinales y el posible uso en productos de nutrición deportiva desarrolle nuevas oportunidades para el mercado mundial de stevia. Sin embargo, la disponibilidad de edulcorantes alternativos bajos en calorías es el principal desafío para el mercado mundial de este endulzante

El segmento tipo se divide en polvo, líquido y hoja. Debido a su propiedad fácil de usar, el segmento de forma de polvo lideró el mercado mundial de stevia con ingresos de USD 574.59 millones en 2018. Se espera que el tipo de líquido sea el segmento de más rápido crecimiento durante el período de pronóstico debido a que la preferencia de los consumidores por la forma líquida de stevia para endulzar recetas está aumentando, así como unas pocas gotas de stevia líquida pueden reemplazar una cucharadita de azúcar para endulzar el té, café y batidos. La presentación líquida permite también la diversificación de sabores de stevia lo cual es otro atractivo innovador que los consumidores pueden probar y se usar en el día a día para mejorar el sabor de muchos alimentos y bebidas.

⁶ Globe Newswire y Fior Markets: “Global Stevia Market is Expected to Reach USD 1,134 Million”
<https://www.globenewswire.com/news-release/2020/01/17/1971867/0/en/Global-Stevia-Market-is-Expected-to-Reach-USD-1-134-61-Million-by-2026-Fior-Markets.html>

Las aplicaciones de stevia incluyen segmentos como panadería, productos lácteos, bebidas, suplementos dietéticos, confitería y otros. El segmento de bebidas está dominando el mercado mundial de stevia y se espera que crezca con la tasa de crecimiento anual más alta del 8,66% durante el período de pronóstico. Este aumento en la tasa de crecimiento puede atribuirse al uso creciente de stevia en la producción de varias bebidas carbonatadas, así como bebidas bajas en calorías y cero. Además, el uso creciente de la stevia en los refrescos carbonatados endulzados como Sprite Green, Blue Sky Free y otros ha complementado el crecimiento del segmento de bebidas.

Figura 3. Consumo mundial de stevia, según segmentos



Fuente: Grandview Research

Aunque en la actualidad está disponible sin restricciones en todo el mundo, en 1991 la stevia fue prohibida en los EE. UU. debido a los primeros estudios que sugirieron que el edulcorante puede causar cáncer. Un estudio de seguimiento refutó el estudio inicial y en 1995, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) permitió que la stevia se importara y vendiera como un suplemento alimenticio, pero no como un edulcorante. Varias compañías argumentaron ante la FDA que la stevia debería clasificarse de manera similar a sus primos edulcorantes artificiales como "Generalmente reconocidos como seguros" (GRAS). Se ha determinado que las sustancias que se consideran GRAS son seguras mediante consenso de expertos, revisión científica o uso generalizado sin complicaciones negativas. Están exentos del riguroso proceso de aprobación requerido para los aditivos alimentarios.

En diciembre de 2008, la FDA declaró la stevia como un producto GRAS y permitió su uso en la producción de alimentos en los Estados Unidos. A los fabricantes de alimentos les ha llevado un par de años elaborar las formulaciones correctas, pero la stevia ahora está presente en una serie de alimentos y bebidas en los EE. UU., incluidos Gatorade's G2, VitaminWater Zero, SoBe Lifewater Zero, Crystal Light y Sprite Green. En todo el mundo se ha utilizado en refrescos, chicles, vinos, yogures, dulces y muchos otros productos. El polvo de Stevia también se puede usar para cocinar y hornear (en cantidades marcadamente disminuidas en comparación con el azúcar de mesa debido a su alta potencia de dulzura).

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

En su forma inicial, Stevia se vendió como un polvo molido de las hojas de la planta de stevia. Aunque dulce, el polvo también tenía un sabor amargo (principalmente atribuido a un compuesto encontrado en la planta de stevia llamado esteviósido), lo que limitaba su aceptabilidad como un sustituto del azúcar para la multitud de tiendas de salud. Pero gracias a los avances tecnológicos, los fabricantes han descubierto cómo mantener el poder endulzante y todos los beneficios de la stevia sin el amargor. Hay más de 100 especies de plantas de stevia, pero una se destaca por sus excelentes propiedades como edulcorante: la stevia rebaudiana, que contiene el compuesto rebaudiósido A, el componente que otorga el sabor dulce a la hoja de stevia. El rebaudiósido A actúa químicamente de manera similar al azúcar en el inicio, la intensidad y la duración de la dulzura, y no tiene retrogusto. La mayoría de los productos endulzados con stevia contienen principalmente Rebaudiósido A extraído con cierta proporción de esteviósido, que es un compuesto cristalino blanco presente en la stevia que sabe de 100 a 300 veces más dulce que el azúcar de mesa.⁷

Stevia se comercializa bajo los nombres comerciales de Truvia (Coca-Cola y el gigante agrícola Cargill), PureVia (PepsiCo y Whole Earth Sweetener Company) y SweetLeaf (Wisdom Natural Brands). A pesar de los tres nombres diferentes, el edulcorante es esencialmente el mismo producto, cada uno con proporciones ligeramente diferentes de rebaudiósido A y esteviósido. Tanto Coca-Cola como PepsiCo tienen la intención de usar stevia como edulcorante de refrescos en los EE. UU., pero aún no han presentado sus versiones endulzadas con stevia de Coca-Cola o Pepsi.

En 2017, Archer Daniels Midland Company (ADM) lanzó dos nuevas marcas de edulcorantes, SweetRight stevia y VerySweet monk fruit, en el mercado. Estos productos ofrecen beneficios de la stevia y la fruta del monje y acceso a la amplia cartera de ingredientes de ADM, experiencia en formulaciones y capacidades de mezcla. Ambos productos provienen de GLG Life Tech Corporation, un socio de ADM.

5. Estacionalidad de la producción local

Dependiendo de la zona de cultivo y las condiciones climatológicas, la Stevia puede cosecharse en el Perú entre 3 a 6 veces al año. Según Sergio Rojas, profesor emérito de la Universidad Nacional Agraria La Molina y autor del libro “Stevia Rebaudiana Edulcorante Orgánico del siglo XXI”, los factores óptimos para el crecimiento de esta planta se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 1: Características Agroecológicas del cultivo de Stevia Rebaudiana

Características	Descripción
Altitud	0 a 1500 msnm
Precipitación	1400 a 1800 mm de lluvia al año.
Temperatura	20º a 24º C
Humedad relativa	78 a 85%

⁷ American council of Exercise (ACE): “The truth about Stevia – The So-called “Healthy Alternative Sweetener”

<https://www.acefitness.org/certifiednewsarticle/1644/the-truth-about-stevia-the-so-called-healthy-alternative-sweetener/>



Vientos	Moderados
Horas luz	En su estado natural 13 horas luz/día, pero en el trópico crece con éxito.
Suelos	Topografía plana, pendientes menores a 5%.

Fuente: Rojas (2009)

En Perú la Stevia viene cultivándose en nuestra Amazonía, pero ha ido creciendo de gran manera, por lo que se ha ido expandiendo a diversas regiones del país. Entre los departamentos productores se encuentran San Martín, Amazonas, Cajamarca, Piura, Tumbes y Arequipa entre otros.

6. Principales puntos de ingreso al mercado (puertos/aeropuertos)

Debido a que la mayoría de las exportaciones de stevia son productos deshidratados o secos, en polvos, la mayoría (si no es casi la totalidad) de las importaciones son por barco. Los puertos más concurridos de los EE.UU., incluyen Houston (Texas), Los Ángeles (California), Miami (Florida), Nueva York/Nueva Jersey, New Orleans (Luisiana), Seattle (Washington), Norfolk (Virginia), Savannah (Georgia), Long Beach (California) y Oakland (California). (Anexo 11.1).

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

Debido a la presencia de numerosos vendedores pequeños y grandes, el mercado está muy fragmentado. La mayoría de las empresas se dedican a la promoción agresiva de productos basados en stevia, para mejorar el posicionamiento y la visibilidad de sus productos.⁸

Según Bloomberg, los principales actores en el mercado mundial de stevia son Evolva Holding SA, Cargill, Inc., Stevia Corporation, PureCircle Ltd, Ingredion Inc., Tate & Lyle Plc, The Coca-Cola Company, GLG Life Tech Corp., Stevia First Corporation, PepsiCo Inc., In the Raw, Archer Daniels Midland Company, Sunwin Stevia International, Inc, Pyure Brands LLC, HYET Sweet, y entre otros.⁹

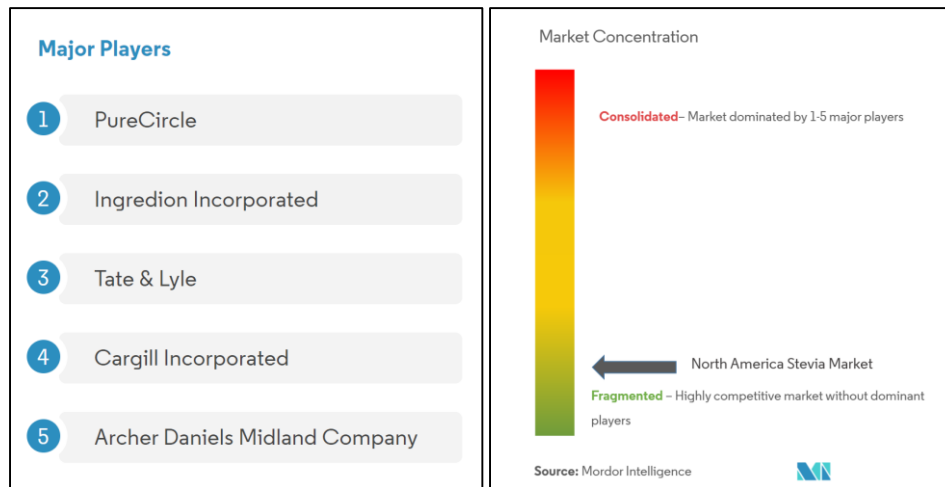
Figura 4. Principales Actores y Concentración del Mercado de Stevia en EE.UU.

⁸ Mordor Intelligence

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/north-america-stevia-market>

⁹ Bloomberg: "Global stevia market to witness a CAGR of 8.2 % during 2019-2025"

<https://www.bloomberg.com/press-releases/2019-05-08/global-stevia-market-to-witness-a-cagr-of-8-2-during-2019-2025>



Fuente: Mordor Intelligence

Una vez que las empresas generen demanda, requieren que estos productos estén disponibles para su venta inmediata. El proceso de manejo de los productos hasta la venta final es crítico. Requiere transporte seguro y confiable, almacenamiento y distribución efectiva. Esto es también importante, ya que el manejo de la cadena de distribución juega un rol fundamental en la satisfacción del cliente. Al poseer los productos en demanda disponibles para su compra crea una ventaja competitiva.

Los vendedores minoristas tradicionales, supermercados o “retailers” de alimentos y comestibles son el principal canal de distribución y comercialización de productos de stevia. Los principales supermercados en los Estados Unidos de acuerdo con sus ventas hasta el 2016 son Wal-Mart, Kroger y Costco, con más de US \$362, \$110 y \$87 mil millones en ventas, respectivamente. (Anexo 11.2)

Algunos supermercados establecen relaciones con proveedores y los compran directamente, mientras la gran mayoría compra estrictamente a grandes distribuidores, como Sysco, US Foods, Reinhart Foodservice, Labatt Food Service, y las empresas previamente mencionadas (Cargill, Archer Daniels Midland, etc.).

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores

El manejo efectivo y eficiente de la cadena de distribución es crucial para que las empresas ganen una ventaja competitiva. Para lo cual es necesario emplear una estrategia conformada por diversas etapas en cuanto al manejo logístico para manejar los requerimientos de los retailers para ayudar a superar los retos causados por el suministro y demanda inherente a la industria.

Las empresas estadounidenses también valoran la gestión de responsabilidad social, ambiental y de comercio justo, por lo que priorizan sus compras a las empresas que dedican sus esfuerzos a cumplir estos objetivos y que poseen alguno de los sellos o logos que las certifican frente a organismos internacionales.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Debido a que los productos derivados de la stevia no están clasificados como productos alimentarios, los requisitos de etiquetado de los productos finales no requieren indicar de dónde proviene la stevia. Por esta razón, es difícil saber exactamente cuánto de la stevia utilizada en los productos alimenticios de EE. UU. proviene del Perú. Por eso, en este momento no es posible determinar la participación de mercado estimada que la stevia peruana representa actualmente.

Según perutradenow.com, de Promperú, las siguientes eran los principales exportadores de productos de Stevia en el año 2018:

- EXPORTADORA CAMINOS ALTOS DEL PERU S.A.C.
- BUSINESS INVESTMENT GROUP S.A.
- PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.
- PLANTACIONES DEL SOL S.A.C
- MAREMI S.A.C.
- BUSINESS INVESTMENT GROUP S.A.
- SERVICIOS E INVERSIONES PROBIOR P'M -E HIJOS- SAC
- CASTRO VELA ALFREDO ALFONSO

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

La promoción de las alternativas ofertadas en ferias en Estados Unidos es muy importante para la difusión de insumos y proveedores peruanos. Entre las más importantes son:

The Fancy Food Show

El Fancy Food Show es la feria comercial de alimentos y bebidas más grande de la Costa Oeste. El evento anual es organizado por la Specialty Food Association en enero, normalmente en Nueva York. El evento se centra en especialidades, productos gourmet y orgánicos de alta calidad. Puede esperar 1,400 expositores de 35 países y 19,000 profesionales de la industria.

Private Label Manufacturers Association Show (PLMA)

Para ayudar a las empresas miembro a conocer a los minoristas de EE. UU. Y Canadá, PLMA organiza su feria de etiqueta privada de EE. UU. En Chicago cada mes de noviembre. Compran los compradores de los principales supermercados, supercentros, cadenas de medicamentos, comerciantes en serie, tiendas de conveniencia, minoristas en línea, importadores, exportadores, mayoristas, tiendas de descuento e incluso intercambios militares.

Natural Products Expo (East y West)

Muestra productos orgánicos derivados naturalmente. La exposición tiene lugar en ambos lados del país, la Eastern Expo se celebra anualmente en el otoño en el Baltimore Convention Center en Baltimore, MD y la Western Expo se lleva a cabo en la primavera en el Anaheim Convention Center en Anaheim, California. Este evento atrae a 22,000 profesionales de la industria y 1,400 expositores.

US Food Showcase

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

Este evento en particular presenta una amplia variedad de productos desde productos frescos y congelados hasta tecnología de venta al por menor y productos envasados. Este evento ofrece todas las excelentes características de otras exposiciones: una audiencia de compradores activos, exposición a profesionales de la industria y oportunidades educativas, pero dada la variedad de expositores y asistentes (105 países), este evento es especialmente útil si desea expandir su negocio para perseguir un mercado global.

United Fresh

El United Fresh Expo presenta exhibidores de productos frescos y productos florales. Es un evento para ellos que estén buscando expandir su negocio en el mercado de productos frescos y florales. Con más de 30,000 asistentes y 300 expositores de todo el mundo, el 82% de ellos tienen autoridad para comprar. La United Fresh Expo se celebra en la primavera en Chicago, IL y organizada por United Fresh Produce Association.

11. Anexos

11.1 Puertos Principales de los Estados Unidos

CLASIFICACIÓN DE PUERTOS EN EE. UU. POR VOLUMEN DE CARGA 2016ME 2016								
COMERCIO EXTERIOR								
#	IMPORTACIONES		#	EXPORTACIONES		#	TOTAL COMERCIO EXTERIO	
	PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS
1	Houston, TX	69,109,888	1	Houston, TX	94,875,799	1	Houston, TX	163,985,687
2	New York/New Jersey	68,406,550	2	South Louisiana, LA	84,927,630	2	South Louisiana, LA	124,269,250
3	Long Beach, CA	45,302,472	3	Virginia	37,242,734	3	New York/New Jersey	86,118,631
4	South Louisiana, LA	39,341,620	4	Corpus Christi, TX	26,057,831	4	Long Beach, CA	67,409,469
5	Los Angeles, CA	37,127,254	5	New Orleans, LA	22,416,971	5	Los Angeles, CA	56,285,833
6	Beaumont, TX	29,180,940	6	Long Beach, CA	22,106,997	6	Corpus Christi, TX	49,410,563
7	Corpus Christi, TX	23,352,732	7	Baton Rouge, LA	21,408,507	7	Virginia	48,683,132
8	Mobile, AL	21,199,530	8	Plaquemines, LA	20,141,193	8	Beaumont, TX	48,258,914
9	Lake Charles, LA	19,541,191	9	Los Angeles, CA	19,158,579	9	New Orleans, LA	41,345,813

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚDirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior

10	New Orleans, LA	18,928,842	10	Beaumont, TX	19,077,974	10	Savannah, GA	35,260,898
11	Savannah, GA	18,501,007	11	Baltimore, MD	17,728,512	11	Mobile, AL	35,219,099
12	Baltimore, MD	14,134,738	12	New York/New Jersey	17,712,081	12	Baltimore, MD	31,863,250
13	Texas City, TX	13,268,756	13	Port Arthur, TX	17,512,329	13	Baton Rouge, LA	29,559,028
14	Charleston, SC	13,173,818	14	Savannah, GA	16,759,891	14	Lake Charles, LA	29,461,810
15	Richmond, CA	12,030,614	15	Mobile, AL	14,019,569	15	Texas City, TX	26,843,908
16	Virginia	11,440,398	16	Kalama, WA	13,819,748	16	Port Arthur, TX	26,523,741
17	Philadelphia, PA	10,827,584	17	Texas City, TX	13,575,152	17	Plaquemines, LA	23,460,335
18	Boston, MA	10,476,553	18	Tacoma, WA	12,837,403	18	Tacoma, WA	21,180,301
19	Freeport, TX	10,229,725	19	Longview, WA	11,496,279	19	Charleston, SC	20,964,609
20	Pascagoula, MS	9,057,753	20	Portland, OR	10,358,100	20	Seattle, WA	17,883,207

Fuente: American Association of Port Authorities

11.2 Ventas de los supermercados principales de los EE.UU. 2016 (US\$ mil millones)

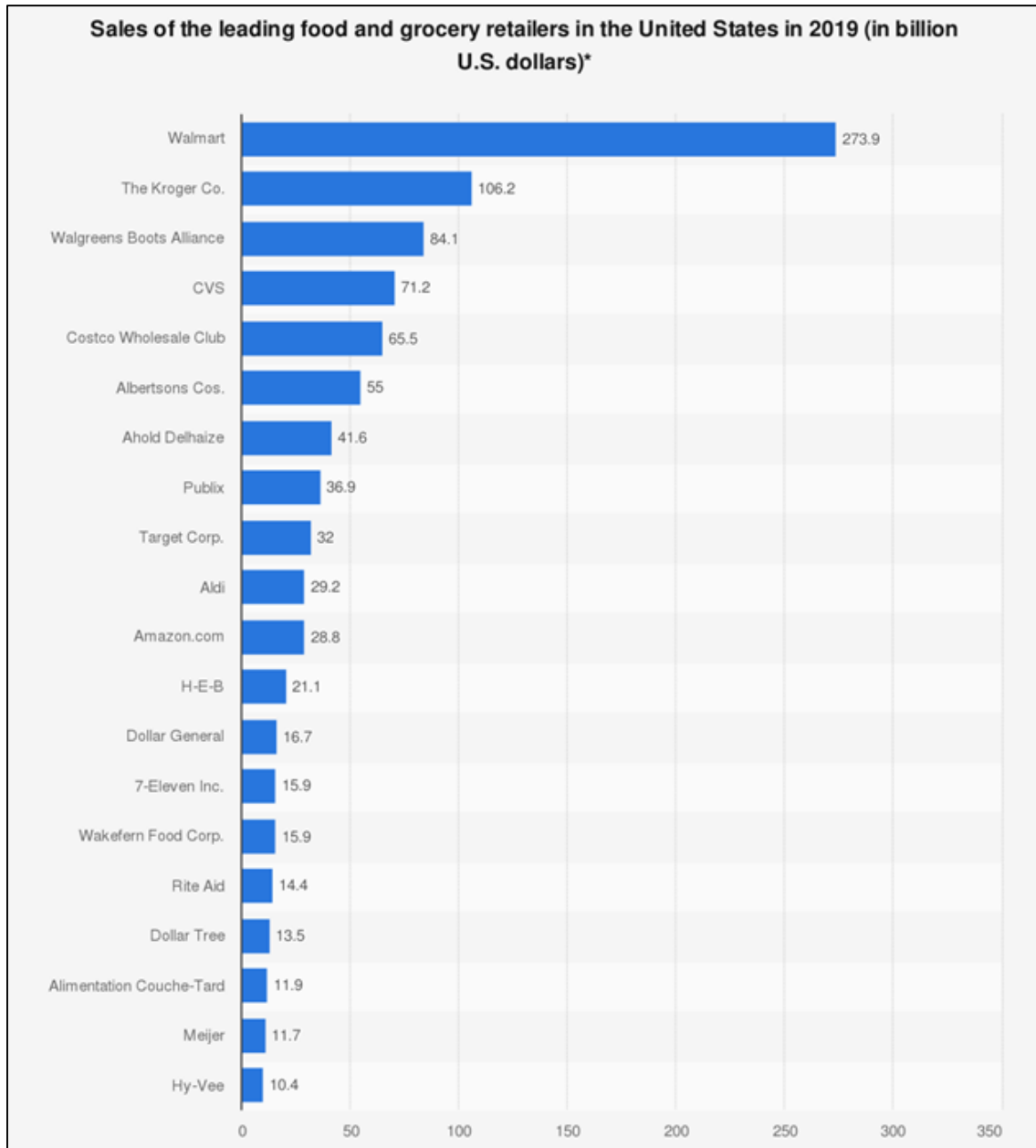


PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior



Fuente: Statista



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Dirección de las Oficinas Comerciales del
Perú en el Exterior