

# Exportación de sachá inchi y su relación con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC. provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

*por* Geraldine Valeria Del Aguila Morales- María Cristina Scamarone Flores

---

**Fecha de entrega:** 11-abr-2023 10:52a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2061653946

**Nombre del archivo:** tesis\_sustentada\_geraldine\_similitud.docx (608.92K)

**Total de palabras:** 12280

**Total de caracteres:** 67229



Esta obra está bajo una [Licencia  
Creative Commons Atribución -  
4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



**1**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



Exportación de sachá inchi y su relación con la producción y el precio en la  
9  
empresa Shanantina SAC. provincia de Lamas – región San Martín, periodo  
2014 – 2020

Tesis para optar el Título Profesional de Economista

**AUTORES:**

Geraldine Valeria Del Aguila Morales

María Cristina Scamarone Flores

**11**

**ASESOR:**

Econ. Edilberto Pezo Carmelo

Tarapoto - Perú

2021

**1**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



Exportación de **sacha inchi** y su relación con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC. **provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020**

**AUTORES:**

**Geraldine Valeria Del Aguila Morales**

**María Cristina Scamarone Flores**

**36**  
Sustentado y aprobado el 23 de diciembre del 2021, por los siguientes jurados:

.....  
**Dra. Olga Maritza Requejo La Torre**  
**Presidente**

**9**  
.....  
**M. Sc. Carlos Adolfo Melgar Neyra**  
**Secretario**

.....  
**M. Sc. Pier Vidaurre Rojas**  
**Vocal**

.....  
**Econ. Edilberto Pezo Carmelo**  
**Asesor**

## **Declaratoria de autenticidad**

**Geraldine Valeria Del Aguila Morales**, con DNI N° 72749408 y, **María Cristina Scamarone Flores**, con DNI N° 70162236 egresadas de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Economía, de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, con la tesis titulada: **Exportación de sachá inchi y su relación con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC. provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.**

Declaramos bajo juramento que:

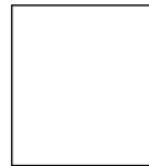
1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 23 de diciembre de 2021.



.....  
Bach. Geraldine Valeria Del Aguila Morales  
DNI N° 72749408



.....  
Bach. María Cristina Scamarone Flores  
DNI N° 70162236

## Dedicatoria

Dios por la existencia y fuerza para seguir mi camino.

A mis padres, por haberme moldeado como la persona que soy, varios de mis logros se los debo a ellos. Me formaron con reglas y en libertad, pero al mismo tiempo fueron el motivo constante para alcanzar mis anhelos.

A mi hermano Stefano, por ser parte fundamental de este gran logro.

A mi tía Elena, mi segunda mamá, por sus consejos, amor y apoyo en todo momento.

**Geraldine Valeria**

A Dios, por darme la vida y ser el guía en mi caminar diario.

A mi mamá, por demostrarme que las cosas que uno anhela, se logra con mucho esfuerzo y sacrificio.

A Fernando, mi compañero de vida, por estar siempre a mi lado motivándome y apoyándome en todo momento.

A Carolina, mi hija que es mi motor y motivo para salir adelante.

**Maria Cristina**

## **Agradecimiento**

A Dios, por la vida, amor, bondad y guía en todo este proceso para alcanzar nuestra meta.

A la UNSM, a la Facultad de Ciencias Económicas, y a nuestros docentes que con su conocimiento y apoyo contribuyeron en nuestra formación profesional.

A nuestro asesor de tesis Econ. Edilberto Pezo Carmelo por su apoyo brindado en el desarrollo de la presente investigación.

Nuestro agradecimiento a la empresa “SHANANTINA S.A.C”, en la persona de su gerente propietario, Ing. Michel Paz Monge, por brindarnos <sup>1</sup> las facilidades para el desarrollo de la investigación.

<sup>2</sup>  
**Los Autores**

## Índice general

Agradecimiento .....	vii
Índice general .....	viii
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras .....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xi
i	
Introducción.....	1
CAPÍTULO I REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....	4
1.1 Antecedentes de la investigación.....	4
1.2 Bases teóricas .....	7
1.3 Definición de términos básicos .....	14
CAPÍTULO II MATERIALES Y MÉTODOS .....	16
2.1 Hipótesis .....	16
2.2 Sistema de variables .....	16
2.3 Tipo y nivel de investigación .....	17
2.4 Diseño de investigación .....	17
2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
2.7 Técnicas de procesamientos y análisis de datos .....	18
2.8 Métodos de investigación .....	18
CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	19
3.1 Resultados.....	19
3.2 Discusión .....	27
CONCLUSIONES .....	30
RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	33
ANEXOS .....	37



## Índice de tablas

Tabla 1 Producción de sachá inchi total, periodo 2014-2020, de la empresa Shanantina S.A.C .....	19
Tabla 2 Destino de la producción, periodo 2014-2020, de la empresa Shanantina S.A.C.....	20
Tabla 3 Exportación de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C	21
Tabla 4 Destino de exportación, periodo 2014-2020 de la empresa Shanantina S.A.C.....	22
Tabla 5 Precio promedio de sachá inchi, periodo 2014-2020 de la empresa Shanantina S.A.C .....	23
Tabla 6 Producción, exportación y precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 de la empresa Shanantina S.A.C .....	24
Tabla 7 Prueba de Shapiro Wilk para la producción, exportación y precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C .....	24
Tabla 8 Coeficiente de correlación de Pearson de la exportación, producción y el precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C.....	25
Tabla 9 Interpretación de los coeficiente de Peason.....	25

## Índice de figuras

Figura 1. Exportación y producción de sacha inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C .....	26
Figura 2. Exportación y precio de venta de sacha inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C .....	27

## **Resumen**

El sachá inchi es uno de los más importantes productos del biocomercio con que cuenta el país y el departamento de San Martín es la mayor zona productora. Existiendo una demanda potencial en el mercado internacional. El objetivo fue determinar la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020. La hipótesis a demostrar fue si existe una relación directa entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020. El tipo de investigación fue aplicada, y el nivel explicativa, utilizando el diseño de investigación no experimental. El método utilizado fue el hipotético – deductivo. Observándose que la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, cuenta con una correlación de Pearson de 0,982, entre la exportación y producción de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC. Del mismo modo se logró obtener un coeficiente de correlación -0,568 entre la exportación y el precio de venta de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC. Concluyéndose que la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, corresponde a una relación directa y una relación indirecta, respectivamente.

**Palabras clave:** Biocomercio, exportación, precio, producción de sachá inchi, Sachá inchi

## Abstract

<sup>1</sup> Sacha inchi is one of the most important biotrade products in the country and the department of San Martín is the largest producing area. There is a potential demand in the international market. <sup>6</sup> The objective was to determine the existing relationship between the export of sachá Inchi with the production and the price in the company Shanantina SAC., Province of Lamas - <sup>7</sup> San Martín region, period 2014-2020. <sup>7</sup> the export of sachá Inchi with the production and the price in the company Shanantina SAC., province of lamas - San Martín region, period 2014 – 2020. The type of research was applied, and the explanatory level, using the non-experimental research design. The method used was the hypothetical - deductive. Observing that the existing relationship between the export of sachá Inchi with the production and the price in the company Shanantina SAC., Province of Lamas - San Martín region, period 2014 - 2020, has a Pearson correlation of 0.982, between the export and Sacha inchi production of the company Shanantina SAC. Similarly, a correlation coefficient of -0.568 was obtained between the export and the sale price of Sacha inchi from the company Shanantina SAC. Concluding that the existing relationship between the export of Sacha inchi with the production and the price in the company Shanantina SAC., Province of Lamas - San Martín region, period 2014 - 2020, corresponds to a direct relationship and an indirect relationship, respectively.

Keywords: Biostore, export, price, Sacha inchi production, Sacha inchi

## Introducción

El comercio exterior es uno de los pilares del crecimiento económico de un país, siendo un componente importante para la medición del “producto bruto interno” (PBI). Existe en el mundo diversidad de ecosistemas y espacios territoriales que son propicios para la generación del mercado agrícola orientado a la exportación.

El Perú como país, según INEI (2012), cuenta con una diversidad de áreas geográficas dedicadas a la producción agrícola, esta actividad productiva generalmente se desarrolla en las espacios campestres de la mayoría de regiones que conforman el territorio patrio.

La concentración de los niveles de pobreza en estas áreas exige una respuesta adecuada para hacerla frente y la búsqueda de su reducción, frente a esta problemática surgen iniciativas productivas orientadas a nuevos productos que, vinculadas al mercado, resultan alentadoras el nivel de rendimiento y su aporte a la lucha contra la pobreza, siendo el sacha inchi una de las tantas alternativas de producción y comercialización a nivel local, nacional e internacional, el mismo que ha contribuido a generar nuevos mecanismos en el sector agrícola, que beneficia a los agricultores, a la producción como a las exportaciones del país. Por ende, se debe producir para exportar y no sólo depender de los productos tradicionales y no tradicionales; sin embargo, se debe mejorar en la calidad de la producción del sacha inchi para expandir a nuevos mercados internacionales.

La selva posee una exuberante variedad en vegetación y fauna, ocupa el 70% de todo el territorio peruano, considerado una zona agrícola siendo la más resaltante la región San Martín, según Cachique, Guerra, & Gil (2017), por su clima y temperatura, “ocupa una superficie de 51.253 Km<sup>2</sup>, representando el 3,9% del país. Se ubica en la zona septentrional-oriental del Perú”.

Según DRASAM (2016), el sacha inchi se encontraba en su máximo apogeo de siembra y cultivo, existiendo alrededor de 252.8 hectáreas (Ha) en producción; y 503.17 Ha sembradas; convirtiéndose en pilar para el biocomercio en la región y el país. Actualmente, el precio de la semilla del Sacha inchi promedia entre los S/ 8.00 a S/10.00 el kilogramo, lo cual hace que exista mayor oferta en el mercado sanmartinense. Esto revela que en los últimos tiempos, la producción de sacha inchi se ha transformado en una opción de inversión agrícola orientada a su exportación, recibiendo altos niveles de precio fuera del país ya sea en grano o en productos medianamente procesados.

Este hecho sugiere conocer de que manera la actuación de los costes internacionales de este producto contribuye a su masificación productiva; ocupando San Martín una región

heredera de los modelos de desarrollo amazónico, las mismas que siempre han estado basados en booms ya sea de extracción o producción, que han durado determinados periodos y posteriormente han desaparecido en desmedro de la economía regional o amazónica.

Resulta de suma importancia determinar como la exportación de este producto (sacha inchi) está relacionada con su nivel de producción y el precio, la misma que garantiza la sostenibilidad en su comercialización.

El objetivo de la presente investigación buscó determinar la relación existente entre la exportación de sachas inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, para lo cual se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de producción de sachas inchi, determinar la cantidad de producción de sachas inchi que destina a la exportación e identificar el precio promedio de venta de sachas inchi en el mercado externo por año.

La conveniencia de la presente investigación se sostiene en aportar al conocimiento existente del sachas inchi, su exportación en relación con su nivel de producción y precio; que generará sostenibilidad en su comercialización, la misma que fortalece y permite conocer la importancia y relevancia de la teoría del comercio internacional.

Del mismo modo se realizó por la necesidad existente de mejorar los niveles de producción y mercantilización del sachas inchi, en el entorno local, regional, nacional e internacional, mediante el análisis de relación entre su nivel de producción y precio, esperando que contribuya a la promoción de su producción dado su importante aporte a la disminución de la pobreza rural.

De esta manera la justificación metodológica radicará en el uso de herramientas de análisis de relación a través del “coeficiente de correlación de Pearson” que respalde la correspondencia efectiva entre el nivel de producción y precio del sachas inchi, la misma que es de vital importancia para su mejoría y éxito en su respectiva comercialización, puesto que los resultados de la nuestra tesis busca su incorporación en la definición de posteriores estrategias comerciales a implementar por parte de la empresa materia de estudio y demás interesados.

La hipótesis a demostrar fue si existe una relación directa entre la exportación de sachas inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.

Se lograron los siguientes resultados: Shanantina S.A.C., es una de las empresas que desarrolla actividades específicas relacionadas con la producción, transformación y comercialización de sachas inchi para el mercado nacional e internacional, logrando producir

y comercializar 3 733 kilos en el año 2014, llegando a máximos niveles de producción debido al logro de alianzas estratégicas de comercialización y apertura de nuevos mercados, en el año 2017 con un total de 154 790 kilos, siendo el nivel de producción de sachá inchi en la empresa Shanantina SAC., creciente y sostenida.

Shanantina S.A.C, logró su máximo nivel de exportación en el periodo de estudio, el año 2017 con un total de \$1,510,661,76 dólares, la entrada de nuevas empresas al mercado ocasionaron que la calidad de la semilla de sachá inchi pierda su valor comercial reflejándose en el periodo 2018-2019 un declive en la exportación.

En la actualidad se observa una mejora en las exportaciones, la misma que es cada vez más creciente, debido a que la empresa se enfocó en promocionar sus productos, logrando alianzas con mercados internacionales, siendo Corea del Sur su mayor consumidor de sus productos terminados. (ver anexo B)

En el año 2014 el precio alcanzó niveles de los 15.46 dolares el kilogramo, siendo el máximo precio promedio de venta alcanzado en el periodo de estudio. Posteriormente se observa tendencias hacia la baja del precio promedio de venta hasta alcanzar en el año 2019 el precio mas bajo de 8.96 dólares el kilogramo, originado debido al exceso de oferta.

La relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, fue calculado a través del coeficiente de correlación de Pearson, obteniéndose una correlación de Pearson de 0,982, entre la exportación y producción de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC, del mismo modo se logró obtener un coeficiente de correlación - 0,568 entre la exportación y el precio de venta de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC.

**7**  
**CAPÍTULO I**  
**REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

**1.1 Antecedentes de la investigación**

Para el la ejecución y análisis de resultados de la presente tesis fue de suma importancia conocer investigaciones y estudios realizados por diversos autores vinculados sobre todo a las variables de estudio.

**A nivel internacional**

Gómez, (2018), en la tesis de nombre “Estudio de pre- factibilidad para cultivo de sacha inchi en el corregimiento de potrerito en el departamento del valle del Cauca,Colombia” (tesis para título profesional) Universidad Autónoma de Occidente, teniendo como objetivo “realizar un estudio de pre-factibilidad para la idea de un proyecto de cultivo de sacha inchi (*Plukenetia Volubilis*) en la vereda Gato de Monte en el corregimiento de Potrerito-Jamundí en el departamento del valle del Cauca,Colombia”. El autor concluyendo que: “Esta planta se puede posicionar en diversos segmentos del mercado como son los suplementos dietéticos, los alimentos funcionales, los productos cosméticos de cuidado personal, al igual que el mercado de grasas y aceites vegetales”, en cuanto a los aspectos técnicos del cultivo, el autor considera que “incursionar en un cultivo con esta especie, es viable técnicamente, además de sencillo, ya que esta especie por ser rústica no necesita de demasiada labranza mecanizada y los suministros necesarios para instalar una plantación están a disponibilidad”.

Molano, Ramiro, & Lopez, (2016), en su investigación denominada “Producción y comercialización del aceite sacha inchi cultivado en Colombia con fines de exportación a Alemania”, tesis de especialización presentada a la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia, cuyo objetivo “fue producir un aceite funcional de la semilla del sacha inchi cultivada a nivel nacional con fines de exportación”, utilizando la metodología el análisis del mercado y potencialidades nutricionales del producto. Concluye que: “se encontró grandes oportunidades para la exportación a Alemania del aceite del sacha inchi, explotando su potencial nutricional y orgánico”; Por otro lado sobre la característica del mercado comenta que “además del comportamiento del consumidor, responsable e interesado por el medio ambiente y los involucrados en la cadena de valor”.

Ayala, (2016), en su investigación “Análisis de crecimiento y producción de 3 variedades de sacha inchi (*Plukenetia Volubilis* L.), en el municipio de Tena Cundinamarca”



(tesis de título profesional) presentado <sup>23</sup> a la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, cuyo objetivo fue “analizar el crecimiento y la producción de 3 variedades de sacha inchi (*Plukenetia Volubilis* L.), en el municipio de Tena Cundinamarca en la vereda peña negra”, utilizando la metodología experimental e investigación en campo, concluye que: “la calidad en referencia a la cantidad de ácidos grasos insaturados, valida la iniciativa de implementar y desarrollar este cultivo como una alternativa potencial de agroindustria”.

### A nivel nacional

Santillan, (2018), en el estudio “Producción y rentabilidad del cultivo de sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L.) en la región San Martín” (tesis de maestría) presentado a la Universidad Nacional Agraria de la Molina, teniendo como objetivo “analizar y comparar la adaptabilidad y rentabilidad del sacha inchi, de tal manera que permita a este cultivo convertirse en un cultivo alternativo para la región Piura”, utilizando como metodología recolección de información primaria y secundaria en temas provenientes <sup>1</sup> de producción y exportación con los productores de maíz y sacha inchi, concluyendo que: “Entre los años 2013 a 2017 el 42% de las exportaciones fue en forma de aceite vegetal, las exportaciones entre el 2016 y 2017 se incrementó en 121%, siendo Estados Unidos uno de los mercados más importantes a nivel mundial”. En cuanto al nivel de producción y oferta el autor señala que “está conformada por los agricultores la cual es deficiente. Por lo tanto es necesaria incrementar la oferta exportable, mediante el fomento de la siembra de sacha inchi en Piura”; por otro lado en cuanto a la rentabilidad, la investigación concluye que “la relación beneficio/costo del sacha inchi (1,64) es superior a la del maíz (1,29) lo cual me indica que por cada un nuevo sol invertido, se obtiene 1,64 soles de ingresos, por lo tanto 0,64 soles como utilidad neta”.

Yovera & Lorenzo, (2018), en el estudio “Palitos integrales de semilla de sacha inchi (*Plukenetia Volubilis*) y linaza (*Linum usitatissimum*) y efecto dietético en escolares en sobrepeso” (tesis de licenciatura) <sup>6</sup> presentado a la Universidad Nacional Jose Faustino Sánchez Carrión; Huacho, teniendo como objetivo “elaborar bocaditos integrales de sacha inchi (*Plukenetia Volubilis*) y linaza (*Linum usitatissimum*), estandarizando parámetros de elaboración de un alimento funcional que sea del gusto del niño y adultos en general”, utilizando como metodología recolección de la muestra de materia prima, concluyendo que: “El producto elaborado cumple con los criterios microbiológicos de conformidad para el consumo humano directo, constituido esencialmente por ácidos grasos poliinsaturados ( $10,83 \pm 0,437$ ) y  $17,75 \pm 0,378$  g% de proteínas,  $5,14 \pm 0,271$  g% de fibra dietaria

hidrolizadas de elevado valor biológico, cuyo aporte nutricional es mayor que los productos comerciales”.

Marín, (2017), en su tesis titulada, “Comercio internacional y competitividad del aceite de sacha inchi peruano 2008-2016” (tesis para obtener el licenciamiento) presentado a la Universidad César Vallejo; Lima, teniendo como objetivo “determinar el comercio internacional y la competitividad de las grasas y aceites durante el periodo 2008-2016”, utilizando como metodología recolección de datos y un diseño de investigación no experimental, concluyendo que: “el comercio internacional de las grasas y aceites ha tenido una tendencia creciente en el valor tanto en las exportaciones como en las importaciones, sin embargo, ha tenido una tendencia decreciente en el volumen para ambos casos”. Por otra parte, relacionado al comercio internacional de exportación el autor comenta que “la exportación de las grasas y aceites de Perú (principalmente el aceite de sacha inchi) ha sido competitiva durante el periodo 2008-2016”.

## **A nivel local**

Sánchez, (2017), en el estudio “Diagnóstico de la cadena de valor del sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L.) en la región San Martín” (para optar el título profesional) presentado a la Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto – Perú, utilizando como metodología un estudio de datos de distintas fuentes accesorias como: MINAGRI - INIA, IIAP, GIZ, etc. y actores directos, concluyendo que: “La eficacia de toda la cadena de valor se logra con la cooperación entre actores, la coordinación entre el sector público y el privado, la competitividad en los eslabones con liderazgo asociativo y empresarial”. Así mismo el autor detalla sobre la distribución de los beneficios como “el uso sostenible de la biodiversidad con equidad en la distribución de los beneficios, lo que incluye el mejoramiento genético, la propagación botánica y vegetativa, una industria competitiva que permita lograr productos de alta calidad de acuerdo con los estándares del mercado”; por otro lado, en cuanto a los actores de la cadena de valor se detalla que “la participación activa de los pequeños y medianos productores rurales articulados a los empresarios de la región San Martín y de Lima”.

Sandoval, (2017), en el estudio “Evaluación de registros fenológicos *Plukenetia Polyadenia* (Muller.Arg, 1885) en condiciones ex situ, en el fundo Pucayacu del IIAP sector Bello Horizonte-Banda de Shilcayo-Provincia de San Martín-Perú” (tesis para optar el título) presentado a la Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto-Perú. El autor concluye que: “En el registro de las fases fenológicas *Plukenetia polyadenia* (Müller. Arg)

reportó valores promedios de 69,8 ddt, 87 ddt para el inicio de emisión de guías principales e inicio de guías laterales”. Para el inicio de floración la investigación establece que, “reportó valores promedio de 138 ddt, y en el inicio de máxima floración reportó valores de 235,70 ddt, siendo estos registros tardíos comparativamente, a las especies de sachá inchi evaluadas”.

## 1.2 Bases teóricas

### 1.2.1 Comercio internacional

“La actividad comercial ha estado, a lo largo de los siglos, vinculada a la actividad humana, en virtud de la necesidad de obtención de satisfactores” (UNAM, 2017, p.1)

El comercio internacional es distinto al que concurría diez años atrás, puesto que conjuntamente con el aumento en volumen, las tecnologías y sus aplicaciones atribuye cada día nuevos desafíos y dificultades inevitables de tomar en cuenta.

Desde mediados del siglo XX, el comercio exterior e interior se ve reflejado por un constante auge. En la actualidad, los contrastes <sup>10</sup> entre mercado interior e internacional son cada vez más imprecisas, justificado por la propensión inevitable hacia la generación de un mercado general de espacio internacional. En el siglo XXI de la era del conocimiento y de la informática ha evolucionado la tecnología; y la humanidad debe estar en acorde a los nuevos principios de creatividad e innovación del desarrollo y crecimiento de la sociedad mundial. (Ricaldi, 2010, p.11)

“El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos” (De la Hoz, 2013, p.15).

“El comercio internacional, se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países” (Huesca, 2012, p.14)

“El comercio internacional es la producción de bienes y servicios que se producen en diferentes países y que se establecen precios de compra y venta mediante negociaciones para satisfacer las necesidades del país importador” (Arroyo, 2011, p.23)

Por lo tanto, el comercio internacional beneficia a ambos países partícipes la compensación de bienes y servicios, para suplir sus necesidades, por consiguiente, ser más competitivos en el mercado mundial.

### 1.2.2 Teorías del comercio internacional

El comercio internacional “hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen” (Ceballos, 2018). Al efectuar acciones de comercio internacional, los países implicados se favorecen recíprocamente al ubicar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros.

Estos distintos enfoques “han constituido diferentes escuelas de pensamiento: Teoría del mercantilismo, teoría de la ventaja absoluta y la teoría de la ventaja comparativa” (Llaca & Villalonga, 2006, p.1).

El mercantilismo, “sostenía que la forma más apropiada para que un país llegase a ser rico y poderoso, constituía en exportar más de lo que se importaba y la diferencia sería compensada por un flujo de metales preciosos, principalmente oro y plata” (Llaca & Villalonga, 2006, p.1), los mercantilistas sustentaban que el administración pública debía estimular las exportaciones y limitar las importaciones (Llaca & Villalonga, 2006, p.1).

En la escuela clásica, la ventaja absoluta se inicia con la obra de Adam Smith (1723-1790), “La riqueza de las naciones – 1776”-. “Smith criticó al mercantilismo por proteccionista y abogó por el libre comercio. Sostenía que cuando un país es más eficiente que otro en la producción de un bien, pero no es menos eficiente que el otro país en la producción de un segundo bien” (Ricaldi, 2010, p.12), es decir uno y otro país están en similar posición de conseguir un lucro si cada uno de ellos se especializa en la fabricación de un bien de su ventaja absoluta e comercia con el otro país parte de su fabricación por el bien de su ventaja absoluta. (Ricaldi, 2010, p.12)

Ricaldi enmarcó su código de ventaja comparativa “costos relativos o comparativos” en estos supuestos:

“Solo dos países y dos bienes o mercancías; libre comercio; movilidad perfecta de los trabajadores dentro de cada país; pero, inmovilidad de ese factor de la producción entre esos países, costos económicos de producción, ausencia de costos de transportes, ausencia de cambios tecnológicos, respecto a la teoría del valor trabajo (los bienes valen o cuestan por la cantidad del trabajo incorporado a ellos para su producción). Esto implica que el trabajo es el único factor de la producción o que se emplea la misma cantidad de él para producir las mercancías; y, que la fuerza laboral es homogénea” (Ricaldi, 2010, p.12).

La competitividad nacional, es una de las mayores acciones <sup>44</sup> de la administración pública y del sector privado en el mundo, no obstante aun no se cuenta con una metodología exacta que revele la competitividad nacional. Sin embargo la noción de sociedad competitiva está claro, el de país competitivo no, pudiendo considerar para tal fin a la productividad.

“La productividad depende tanto de la calidad y las características de los productos, las cuales determinan los precios que pueden alcanzar; como de la eficiencia con que son producidos” (Porter, 1991).

“La productividad de los recursos humanos determina los salarios de los trabajadores; la productividad con que se emplea el capital determina el rendimiento que obtienen sus propietarios” (Porter, 1991, p. 168).

Alcanzar la competitividad nacional es parte del trabajo de la administración pública, aplicando políticas y normativas dentro de su territorio. Se podría deducir <sup>28</sup> que el nivel de vida de un país está influenciada por la productividad de su sector público y privado, por lo que es necesario asegurar el crecimiento económico por parte del estado y la mejora productiva de sus bienes y servicios, desarrollando <sup>1</sup> capacidades necesarias para competir en los sectores destacados por la nación. “Deben desarrollar las capacidades necesarias para competir en sectores industriales cada vez más complicados, donde la productividad es generalmente alta, finalmente, han de desarrollar la capacidad para competir, en sectores avanzados, enteramente nuevos” (Porter, 1991, p. 168).

En cuanto al comercio internacional y la inversión extranjera estas “pueden mejorar la productividad de una nación y, también pueden ponerla en peligro. facilitan la elevación de la productividad nacional al hacer que la nación se especialice en aquellos sectores en la que sus empresas son más productivas” (Porter, 1991). Por tal motivo se puede asumir <sup>40</sup> que ninguna nación puede ser competitiva en todos los sectores, Porter comenta al respecto que “lo ideal es desplegar el limitado arsenal de recursos humanos y materiales de la nación en los usos más productivos. Incluso, las naciones con más alto nivel de vida tienen muchos sectores en lo que las empresas nacionales no son competitivas” (Porter, 1991, p.169).

Sin embargo, el comercio internacional y la inversión extranjera podrían generar algún riesgo para limitar el aumento de la productividad “Si una nación pierde la aptitud para competir en una serie de sectores de alta productividad o de altos salarios, su nivel de vida está amenazado” (Porter, 1991, p.169).

Porter comenta que no es exacto precisar la competitividad nacional como “el logro de una balanza comercial excedentaria o equilibrada”, puesto que también se debe considerar el nivel salarial, el estado de la moneda nacional para equilibrar esta balanza

comercial y a su vez mejorar la calidad de vida en su territorio. Además, “competitividad no significa puestos de trabajo. Es el tipo de los trabajos, no simplemente la posibilidad de emplear a los ciudadanos con salarios bajos, lo que es decisivo para la prosperidad económica” (Porter, 1991, p.169). Se puede deducir a la productividad como un factor de importancia para la competitividad, sin embargo, esta no se obtendrá con un recorte salarial del personal.

### 1.2.3 Dimensiones del comercio internacional

#### a) Exportación

En esta dimensión se considera la valía de los productos generados interiormente, los cuales serán adquiridos por no habitantes del territorio durante el periodo de referencia “La importancia de observar esta variable reside en el hecho de que las exportaciones generan divisas para el país, lo cual incrementa sus tenencias. Además, implica un aumento de la producción nacional”. (De la Hoz, 2013, p.40).

La exportación “Corresponde a la venta de productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país” (Lerma y Marquez, 2010, p.7).

Según Pérez (2000), citado por Marín (2017), sostiene que:

“La exportación es una de las muchas actividades de expansión comercial de toda empresa. Por lo mismo, es similar a la búsqueda de nuevos clientes en la propia ciudad, en la región o en la otra extremidad del país. La diferencia es que en este caso se traspasan las fronteras nacionales, se manejan monedas y cuentas internacionales [...]. Para la empresa, las exportaciones brindan la oportunidad de hacer economías de escala, al ensanchar sus mercados y atender clientes de otros países” (Marín, 2000, p.19-20).

La exportación como “el registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos (efectiva o imputada)” (BCRP, 2011).

En conclusión, la exportación es la actividad comercial donde empresas del país nacional exportan bienes y servicios a otro país para ser más competitivos y generar divisas en el país de origen.

**Indicadores de la exportación.**- Para calcular la exportación se consideran al Volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación; como indicadores.

- **Volumen de exportación:** Marquéz, Martínez, Pérez y Wilmsmeier (2007) citado por Marín (2017) definen volumen de exportación como “peso total en toneladas de los flujos exportados en contenedores a cada país de destino específico”. (Marín, 2017, p.21).

“Es un indicador que permite conocer las cantidades importadas o exportadas respecto a un año base” (INEI, 2013, p.7). Es decir, el cuerpo de exportación es el área que cuenta una mercadería, igual a la cantidad de componentes que va a ser enviado al exterior.

- **Valor de exportación:** “Su análisis es importante al menos desde tres ámbitos: a) desde la estructura ; b) desde su evolución (o dinamismo); y c) desde su registro y valoración” (CEPAL,2008, p.10), este indicador calcula el progreso de “los valores corrientes de las exportaciones e importaciones de un periodo con relación a un periodo de referencia” (INEI,2013, p. 7). En otras palabras, este indicador es la consecuencia del producto del precio del bien o servicio por la cantidad o volumen de la mercadería. De tal manera, si deseamos deducir el valor de exportación de productos derivados del cultivo de *sacha inchi*, multiplicaremos el precio por el volumen.

- **Precio de exportación:** “Aquel valor monetario que se le pide al importador a cambio de un bien exportado. Por ende, cuando se fije un precio de exportación se debe considerar todos los factores que involucren producir y llevar el producto hasta donde lo requiera el cliente” (MINCETUR, 2013, p.21).

Por su parte, Sotomayor, (2003), citado por Marín (2017) sostiene que este indicador es “El precio pagado o por pagarse, habiendo sido fijado en la compraventa internacional celebrada y que da valor de los productos que son exportados, pudiendo ser FOB, entre otros que ya existen varios Incoterms” (Marín, 2003, p.23).

En otras palabras, este indicador es el valor monetario que es utilizado en la gestión de exportación de productos de un país a otro.

## b) Importación

“Son los bienes comprados a residentes en el resto del mundo, el estudio de esta variable sirve para ver cuál es la cantidad de divisas que salen del país y cuáles son los sectores que reciben competencia extranjera. Además, teniendo en cuenta que un importante componente de las importaciones lo constituyen los bienes de capital, el análisis de las importaciones permite visualizar las

posibilidades de incrementar la tecnología y, por tanto, la producción” (De la Hoz,2013, p.41).

Para Ricaldo es un “régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo” (Ricaldi, 2010, p.44).

Es la “introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de zona franca industrial de bienes y de servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en la normatividad vigente” (Espinal, 2015, p.7).

Es “la compra de bienes y servicios a un proveedor originario de un país distinto al del comprador”. (Lerma & Marquez ,2010, p.7)

“Son todas las transferencias de propiedad de bienes de los no residentes y los servicios prestados por los productores no residentes a los residentes del país; incluyen las compras directas en el exterior realizadas por el gobierno y los hogares” (INEI,2014, p.11).

En conclusión, la importación es la acción productiva entre dos estados en el que el país nacional compra bienes y servicios de otro país.

Indicadores de la Importacion.- Para calcular la importación se utilizan los siguientes indicadores: Volumen de importación, valor de importación y precio de importación.

- **Volumen de importación:** “Son las importaciones expresadas en una medida [...] de valor (toneladas p.ej.)”. (BCRP,2013, p.214)
- **Valor de importación:** “Es el conjunto de productos comprados por los residentes de una economía a los residentes de otra economía. Si las exportaciones miden la parte del producto doméstico que es consumido fuera de un país, las importaciones evalúan la proporción de consumo doméstico de bienes importados” (CEPAL, 2008, p.10).
- **Precio de importación:** “Valor monetario que tiene una unidad importada, se puede expresar entonces, que el volumen de importación es el número de unidades que se importa e ingresan a un territorio nacional” (Aleksink, 2012, p.191).

#### 1.2.4 Competitividad

El comercio internacional es distinto al que concurría diez años atrás, puesto que conjuntamente con el aumento en volumen, las tecnologías y sus aplicaciones atribuye cada día nuevos desafíos y dificultades inevitables de tomar en cuenta.



Existen diversos autores que definen a la competitividad de la siguiente manera: “Consiste en las diversas maniobras realizadas por la empresa (o las economías nacionales), a efecto de reducir costos sin sacrificar ni la calidad ni el nivel de vida de los trabajadores, con el objetivo de mantener o aumentar su participación en los mercados nacionales e internacionales, obteniendo una renta o ganancia” (UNAM, 2010, p.10).

Otros autores sostiene que es “la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (Romo & Rivas ,2010, p.124).

Del mismo modo (Koontz y Ciry, 2013), sostienen al respecto “es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competitivo”.

### 1.2.5 Teoría de la competitividad

Otra teoría de nuestra investigación es la teoría que abarcaremos en esta sección, la cual que abarca las siguientes teorías: **La ventaja comparativa, la ventaja absoluta y la ventaja competitiva.**

**La ventaja comparativa** “es un término económico que se refiere a la capacidad de una economía para producir bienes y servicios a un costo de oportunidad más bajo que el de los socios comerciales. Una ventaja comparativa le da a una empresa la capacidad de vender bienes y servicios a un precio más bajo que sus competidores y obtener márgenes de ventas más fuertes” (Gutierrez, 2020).

Parkin (2010) citado por Marín (2017) detalla que “Una nación tiene una ventaja absoluta cuando puede producir más bienes a partir de una cantidad específica de recursos que cualquier otra nación, [...] es el resultado de diferencias en la productividad, ya que cuenta con mejor tecnología, más capital o mejores capacidades” (Marín, 2017, p.27).

**La ventaja competitiva** se define como “la capacidad de una nación para proporcionar un buen nivel de vida a su población, depende de la capacidad de sus empresas para lograr altos niveles de productividad” (Buendía, 2013, p.16), osea, se da mas importancia a la utilidad de los recursos por sobre la cantidad que se tenga de estos.

Indicadores de la <sup>8</sup> competitividad.- Para calcular la competitividad, se tomará en cuenta los siguientes indicadores: Productividad y costo unitario de producción.

- **Productividad:** Según Álvarez (2008) es “la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado en cada factor de tiempo”. Por otro lado González y Carro (2014) sostienen que:

“la productividad implica la mejora del proceso productivo, la mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema, (salidas o productos) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos)”

Es decir:

$$productividad = \frac{Salidas}{Entradas}$$

Según <sup>9</sup> Galindo y Ríos (2015) “una medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico”.

Es posible expresar matemáticamente como:

PIB = Productividad \* f (capital, trabajo)

- **Costo unitario de producción:** “valor promedio que, a cierto volumen de producción, cuesta producir una unidad del producto, se obtiene dividiendo el costo total de producción (suma de los costos fijos y variables) por la cantidad total producida” (Salvatore, 2005, p.147). en ese sentido se puede considerar al Costo de producción como “el valor de un artículo en particular se obtiene dividiendo el costo total de producción (suma de los costos fijos y variables) por la cantidad total producida” (Cruz, 2014, p.8).

### <sup>5</sup> 1.3 Definición de términos básicos

#### Comercio internacional

“Producción de bienes y servicios que se producen en diferentes países y que se establecen precios de compra y venta mediante negociaciones para satisfacer las necesidades del país importador”. (Arroyo, 2011, p.23).

#### Comercialización

“Conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, a través de un mercado determinado” (IICA, 2018, p. 11).

### **Exportación**

La exportación “corresponde a la venta de productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país” (Lerma & Marquez, 2010, p.7).

### **Exportación de sachá inchi**

La exportación, citando a (Lerma y Marquez, 2010, p.7), para el caso de la investigación, corresponde a la venta de sachá inchi originario del país a compradores del resto del mundo.

### **Importación**

“Es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo” (Ricaldi, 2010. p.44).

### **Precio**

El precio “es la cantidad de dinero necesaria para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan” (Fisher & Espejo, 2010, p.140).

### **Producción**

“Es la creación de bienes y servicios” (Heizer & Render, 2009, p. 4)

37

### **Producción de sachá inchi**

En la región San Martín se desarrolla usualmente, en sembradíos asociados o interpolados con otras siembras (Huansi, 2020).

### **Sachá inchi**

“Es una planta oleaginosa silvestre y trepadora, oriunda de la amazonía, también llamada sachá maní, maní del monte o maní del inca” (Calero, 2017, p. 9)

## 2 CAPÍTULO II MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1 Hipótesis

#### 2.1.1 Hipótesis general

Existe una relación directa entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

#### 2.1.2 Hipótesis específicas

- a) Se evidencia fluctuaciones en el nivel de producción de sachá inchi en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.
- b) Existe un incremento en la cantidad de producción de sachá inchi destinada a la exportación en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020
- c) Se evidencia una variación permanente en el precio promedio de venta de sachá inchi en el mercado externo por año de la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

### 2.2 Sistema de variables

Variable Dependiente : Exportación de sachá inchi.

Variable Independiente : Producción de sachá inchi

Variable Independiente : Precio

## 2.3 Tipo y nivel de investigación

### 2.3.1 Tipo de investigación

Investigación aplicada, porque, “se formulan problemas e hipótesis de trabajo para resolver los problemas de la vida productiva de la sociedad” Ñaupas et al. (2014), y el presente informe final está encaminado a resolver los problemas de los procesos de producción, distribución y consumo, del sachá inchi en la empresa Shanantina SAC. Específicamente buscando determinar la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.

### 2.3.2 Nivel de investigación

La presente investigación es de nivel explicativa, según Carlos Sabino, citado por Ander, Egg y Hernández (2011) “que este tipo de estudio esta dirigido a responder las causas de los eventos físicos o sociales” cómo la exportación de sachá inchi en la empresa Shanantina SAC. Provincia de Lamas – región San Martín está relacionado con la producción de sachá inchi y el precio en el periodo establecido.

## 2.4 Diseño de investigación

El presente informe final de investigación utilizó el diseño de investigación no experimental o ex post-factum, según: Hernández, Fernández y Baptista (2010) “es la que se realizó sin manipular deliberadamente las variables” para establecer la correspondencia existente entre la exportación con la producción de sachá inchi y el precio en la empresa Shanantina SAC. Provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.

### DONDE:

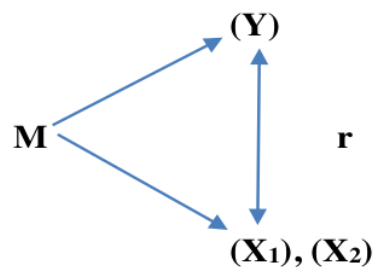
**M:** Región San Martín.

**Y:** Exportación de sachá inchi.

**R :** Relación.

**X<sub>1</sub>:** Producción de sachá inchi.

**X<sub>2</sub>:** Precio.



## 2.5 Población y muestra

**Población**

La población pertenece a 83,574 aproximadamente, determinado por (INEI, 2018), correspondiente a todos pobladores de la provincia de Lamas, teniendo en consideración que los abastecedores del producto sachá inchi son productores de la provincia antes mencionada.

### Muestra

No se realizó cálculo de muestra de estudio, considerando la unidad de análisis al conjunto de documentación interna de la empresa Shanantina SAC, y reportes institucionales de la Asociación de exportadores (ADEX), con el propósito de lograr el objetivo del estudio como es, determinar la relación existente entre la exportación con la producción de sachá inchi y el precio en la empresa Shanantina SAC. Provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.

## 2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos	Alcance	Fuentes o Informantes
Fichaje	Fichas textuales	Marco teórico	Libros especializados, tesis, documentos de trabajo, artículos, manuales, guías metodológicas
Análisis Documental	Guía documental.	Resolver las variables	(MINAGRI), (MINCETUR), (INEI), (DRASAM), (ADEX), SHANANTINA

Fuente: Elaboración Propia

## 2.7 Técnicas de procesamientos y análisis de datos

Los datos que se obtuvieron fueron tabulados e interpretados a través de tablas, gráficas y apreciaciones descriptivas, utilizando programas como el Microsoft excel, SPSS y el Eviews.

## 2.8 Métodos de investigación

Se utilizó el método hipotético – deductivo, según Naupas et al. (2014), “consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar la verdad o la falsedad de los hechos procesos o conocimientos mediante el principio de falsación”. Lo que permitió determinar la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Resultados

##### 3.1.1 Nivel de producción de sachá inchi en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

El sachá inchi en la región San Martín, se ha convertido en una alternativa de producción, siendo asumida por pequeños agricultores que orientan su comercialización hacia empresas locales acopiadoras de este producto. Shanantina S.A.C., es una de las empresas que desarrolla actividades específicas relacionadas con la transformación y comercialización de sachá inchi para el mercado nacional e internacional. Tal como lo muestra la tabla 1, donde se observa la producción, es decir la transformación de la materia prima en derivados del sachá inchi (snack, harina, aceite y mantequilla) por kilogramos, en el año 2014 shanantina transformó 3733 kg de sachá inchi en productos terminados, presentado acogida durante los posteriores años, siendo el año 2017 su mayor producción con un valor de 163226 kg.

**Tabla 1**

*Producción de sachá inchi total, periodo 2014-2020,  
de la empresa Shanantina S.A.C*

AÑO	Producción Total (KG)
2014	3 733
2015	10 846
2016	16 099
2017	163 226
2018	121 863
2019	44 575
2020	51 183

*Nota: elaboración propia, con datos de Shanantina S.A.C., (2021)*

Cabe destacar que el máximo nivel de producción reflejado se debe al logro de alianzas estratégicas de comercialización y apertura de nuevos mercados, al mismo tiempo puede afirmarse que responde a un boom comercial promovida por el énfasis de promoción por parte del estado y la empresa para su producción por parte de los agricultores de la región. debido a la preferencia del consumo del producto en los mercados internacionales, y por otro lado, por su enorme aporte como nutrácúatico (alimento que proporciona beneficios

médicos o para la salud, incluyendo la prevención y/o el tratamiento de enfermedades), dicha tendencia no siempre fue la misma, tal como se aprecia en el periodo 2018 – 2019 hubo un declive por la entrada de nuevas empresas que ocasionaron que el precio del sachá inchi disminuya y esto encareció los costos de producción en Shanantina S.A.C disminuyendo su rentabilidad. En los últimos tiempos, la producción de sachá inchi se vio afectado por la pandemia del COVID.19 porque se cerraron fronteras.

**Tabla 2**

*Destino de la producción, periodo 2014-2020, de la empresa Shanantina S.A.C*

AÑO	Producción Total(KG)	Nacional	Internacional	% Nacional	% Internacional
2014	3733	0	3 733	0%	100%
2015	10 846	0	10 846	0%	100%
2016	16 099	0	16 099	0%	100%
2017	163 226	8436	154 790	5%	95%
2018	121 863	30459	91 404	25%	75%
2019	44 575	2963	41 612	7%	93%
2020	51 183	3283	47 900	6%	94%

*Nota:* elaboración propia, con datos de Shanantina S.A.C., (2021)

En la tabla 2 se observa la distribución de la producción total que realiza Shanantina al mercado nacional e internacional, en el periodo 2014-2016 se ve reflejado que la producción total de la empresa Shanantina SAC a sido exclusivamente para el mercado internacional, debido que en el mercado nacional no tenían mayor conocimiento de los beneficios que aporta esta semilla, de igual manera la visión de Shanantina en un inicio fue solo exportar los productos terminados, en el año 2017 la empresa refleja ventas en el mercado nacional gracias a alianzas estratégicas y promoción por parte del estado. (ver anexo C)

### 3.1.2 Producción de sachá inchi destinado a la exportación de la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

Shanantina S.A.C, es una empresa dedicada a la transformación de la semilla de Sachá inchi y posterior comercialización en el mercado exterior, tal como lo muestra la tabla 3, en el año 2014, ha exportado \$57,704.40 dólares de productos terminados de Sachá inchi, correspondiendo su máxima exportación en el periodo de estudio, el año 2017 con un total de \$1,510,661,76 dólares, observándose a partir del año mencionado una declinación de su nivel de exportación, logrando exportar el año 2020 el valor FOB de \$649,940.84 dólares.



**Tabla 3**

*Exportación de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C*

<b>AÑO</b>	<b>Valor FOB (\$)</b>
2014	57,704.40
2015	148,775.50
2016	248,211.63
2017	1,510,661.76
2018	1,145,048.72
2019	372,934.74
2020	649,940.84

*Nota:* elaboración propia, con datos de Adex, (2021)

Se pudo observar que en el periodo 2014 – 2016 este producto se fue posicionando cada vez más en distintos mercados, aumentando el nivel de exportación reflejado en el año 2017, tal como lo muestra la tabla 3, donde la empresa Shanantina S.A.C logró exportar \$1,510,661.76 gracias a alianzas estratégicas de comercialización y apertura de nuevos mercados, al mismo tiempo puede afirmarse que la entrada de nuevas empresa al mercado ocasionaron que la calidad de la semilla de sachá inchi pierda su valor comercial como se ve reflejado en el periodo 2018-2019 hubo un declive en la exportación. Por su parte, en el año 2020, se observa una mejora en las exportaciones. La demanda de exportación de la empresa Shanantina S.A.C en el periodo 2014-2017 es cada vez mas creciente, debido a que la empresa se enfocó en promocionar sus productos, logrando alianzas con mercados internacionales, siendo Corea del Sur su mayor consumidor de sus productos terminados. Es por ello que en el año 2017 se observa un alto índice de exportación alcanzando un valor FOB de \$ 1,510,661.76; sin embargo en el periodo 2018-2019 la empresa presento una disminución de demanda de sus ventas, por la entrada de nuevas empresas y agricultores, ocasionando un precio bajo en la oferta de semilla de sachá inchi. Sumándose a esto que Corea del Sur disminuyó su consumo debido a que los productores no cumplían con los estándares de calidad requerido, por tanto la empresa busco acceder a fondos concursables como: Innóvate Perú, del Ministerio de la Producción, y el Fondo Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica (Fondecyt), perteneciente al Concejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (Concytec), para impulsar sus ventas, observando en los últimos tiempos cierta recuperación en el nivel de exportación.

**Tabla 4**

*Destino de exportación, periodo 2014-2020  
de la empresa Shanantina S.A.C*

<b>Países</b>	<b>V.FOB(\$)</b>
ALEMANIA	64,236.00
AUSTRALIA	14,400.00
CANADA	2,828.40
COREA DEL SUR	2,431,828.97
ESPAÑA	56,288.00
ESTADOS UNIDOS	399,362.09
FRANCIA	23,995.23
HONG KONG	28,370.00
JAPON	284,656.82
NORUEGA	100.00
NUEVA ZELANDA	299.55
SUIZA	122,532.22
TAIWAN	704,380.31

*Nota: elaboración propia, con datos de Adex, (2021)*

Los principales destinos de exportación de sus productos terminados de Shanantina es el país Corea del Sur, con un valor de \$ 2,431,828.97 dólares, tal como se observa en la tabla 4, que equivale el 59% de su producción destinado a la exportación seguido por Taiwán con un valor fob de \$ 704,380.31 dólares que equivale el 17 %, de igual manera se refleja en la tabla que la empresa no exporta frecuentemente en los mercados de Nueva Zelanda y Noruega respectivamente.

### **3.1.3 Precio promedio de venta de <sup>1</sup>sacha inchi en el mercado externo de la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – <sup>9</sup>Región San Martín, periodo 2014 – 2020**

El precio promedio de venta de la exportación de la empresa Shanantina S.A.C, tal como lo muestra tabla 5 , en el año 2014 alcanzó 15.46 dolares el kilogramo, siendo el máximo precio promedio de venta <sup>2</sup>alcanzado en el periodo de estudio. Posteriormente se observa variaciones del precio promedio de venta en el periodo de estudio. De igual manera se puede apreciar que en el 2020 el precio promedio es de \$ 13.57 el kilogramo

**Tabla 5**

*Precio promedio de sachá inchi, periodo 2014-2020  
de la empresa Shanantina S.A.C*

<b>AÑO</b>	<b>Precio promedio (Kg)</b>
2014	\$ 15.46
2015	\$ 13.72
2016	\$ 15.42
2017	\$ 9.76
2018	\$ 12.53
2019	\$ 8.96
2020	\$ 13.57

*Nota: elaboración propia, con datos de Shanantina S.A.C., (2021)*

La tabla 5 muestra los resultados promedio de venta de exportación de la empresa Shanantina S.A.C., donde se observa que el mayor precio de venta fue en el año 2014 con un valor de \$ 15.46 dólares, debido a la poca participación de empresas exportadoras de sachá inchi en el mercado internacional, el ingreso de nuevas empresas dedicadas a la transformación, exportación y comercialización de sachá inchi al mercado internacional ocasiono un declive de precio, así como se observa en los años 2015-2017, la demanda en el año 2018-2019 ha disminuido, porque nuestro principal mercado exportador disminuyó su consumo debido a que los productores no cumplían con los estándares de calidad requerido y como consecuencia el precio aumenta. Siendo el año 2020 donde se origina la pandemia del covid-19 y el comercio internacional se vio paralizado los primeros meses, Shanantina SAC muestra un incremento de su valor de exportación en comparación con los años 2018-2019, debido a que el consumo aumento de ciertos mercados (Estados Unidos, Taiwán, Japón y Suiza) masivamente por el alto nivel proteico del producto hacia la salud. (ver anexo D)

#### 3.1.4. Relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020

Para medir la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, se agruparon los datos obtenidos, a través de la guía documental, la misma que se muestra en la tabla 6, cuyos análisis de tendencias fueron realizadas en el desarrollo de los objetivos específicos.

**Tabla 6**

*Producción, exportación y precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 de la empresa Shanantina S.A.C*

<b>Año</b>	<b>Producción (Kg)</b>	<b>Valor FOB (\$)</b>	<b>Precio de venta (\$)</b>
2014	3 733	57 704,40	15.46
2015	10 846	148 775,50	13.72
2016	16 099	248 211,63	15.42
2017	154 790	1510 661,76	9.76
2018	91 404	1145 048,72	12.53
2019	41 612	372 934,74	8.96
7 2020	47 900	649 940,84	13.57

Nota: elaboración propia, con datos de Adex, (2021), Shanantina S.A.C., (2021)

Se procedió a determinar el tipo de distribución con que cuenta los datos obtenidos, aplicando el test Shapiro-Wilk, el mismo que permitió demostrar la distribución normal de los datos utilizados para determinar la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020 de forma numérica, planteando la hipótesis nula,  $H_0$ , que asume que la distribución corresponde a una distribución normal.

Si Sig. (p-valor) > 0.05 aceptamos  $H_0$  (hipótesis nula) → distribución normal

Si Sig. (p-valor) < 0.05 rechazamos  $H_0$  (hipótesis nula) → distribución no normal.

**Tabla 7**

*Prueba de Shapiro Wilk para la producción, exportación y precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C*

	<b>Shapiro-Wilk</b>		
	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
<b>Producción (Kg)</b>	,887	7	,158
<b>Valor FOB (\$)</b>	,862	7	,259
<b>Precio de venta (\$)</b>	,893	7	,291

Nota: elaboración propia

<sup>1</sup> La tabla 7 muestra los resultados a nivel de significancia, correspondiendo resultados mayores a 0,05, para los datos de producción, exportación y precio de venta (0.158, 0.259, y 0.291, respectivamente), concluyendo que cuentan con una distribución normal.

Como parte del procedimiento <sup>2</sup> para la obtención de los resultados de la investigación <sup>11</sup> se realizó el cálculo del coeficiente de correlación existente entre las variables de estudio, calculado a través del coeficiente de correlación de Pearson, obteniéndose los resultados que se muestran en la tabla 8.

**Tabla 8**

*Coefficiente de correlación de Pearson de la exportación, producción y el precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C*

	Exportación (\$)	Producción (Kg)	Precio de venta (\$)
Exportación (\$)	1	,982	-,568
Producción (Kg)	,982	1	-, <sup>1</sup> 7
Precio de venta (\$)	-,568	-,657	1

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 9**

*Interpretación de los coeficiente de Pearson*

Valor de r	Significado
-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,9	Correlación negativa muy fuerte
-0,75	Correlación negativa considerable
-0,50	Correlación negativa media
-0,25	Correlación negativa débil
0	No existe correlación alguna entre las variables
+0,10	Correlación positiva muy débil
+0,25	Correlación positiva débil
+0,50	Correlación positiva media
+0,75	Correlación positiva considerable
+0,90	Correlación positiva muy fuerte
+1	Correlación positiva perfecta

*Nota: Valderrama, (2017)*

El resultado obtenido <sup>6</sup> indica que existe una correlación positiva muy fuerte, entre la exportación y la producción de sachá inchi. Al mismo tiempo que existe una correlación

negativa media, entre la exportación y el precio de venta de sachá inchi. Logrando observarse ambos comportamientos en las figuras 1 y 2 respectivamente.

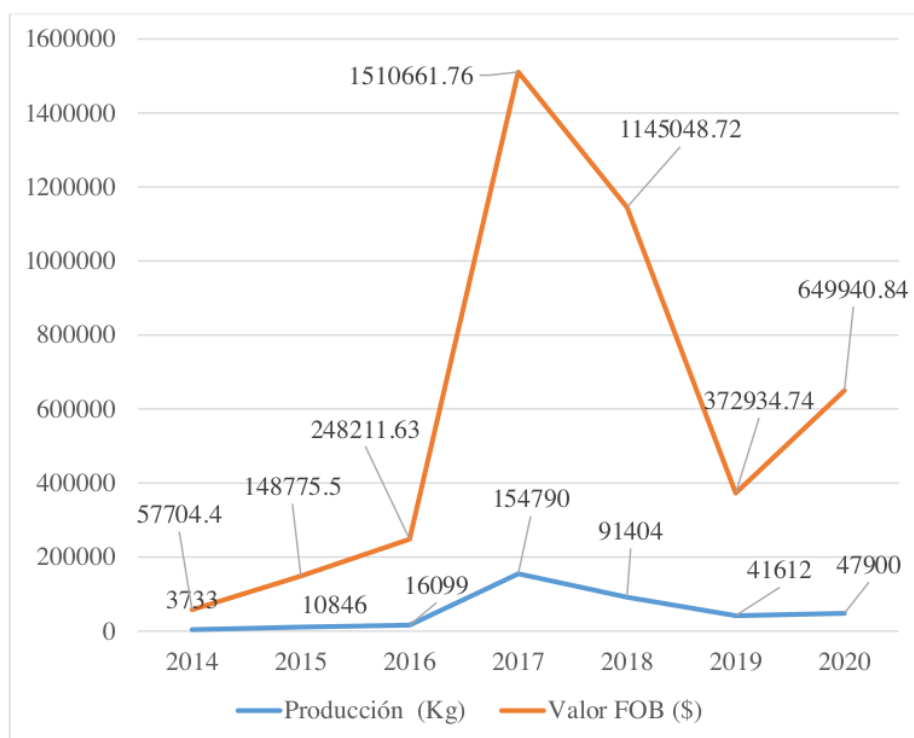


Figura 1. Exportación y producción de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa <sup>1</sup>Shanantina S.A.C

La exportación <sup>8</sup>y producción de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC.en el periodo de estudio muestra una relación positiva muy fuerte, con una correlación de Pearson de 0,982, <sup>6</sup>indicando la existencia de una relación directa entre ambas variables, tal como se observa en la figura 1, a niveles de producción incrementados, corresponden incrementos en los niveles de exportación, y al reflejarse reducciones en el nivel de producción se observa caídas en la exportación.

La figura 2 muestra <sup>6</sup>una relación inversa entre la exportación y el precio de venta de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC., el mismo que se sustenta en el comportamiento de las variables mencionadas, frente a <sup>1</sup>incrementos de niveles de exportación se observa reducción en los precios de venta. Del mismo modo se sustenta en el <sup>1</sup>coeficiente de

correlación de Pearson entre ambas variables obtenido de  $-0,568$ , correspondiendo a una correlación negativa media.

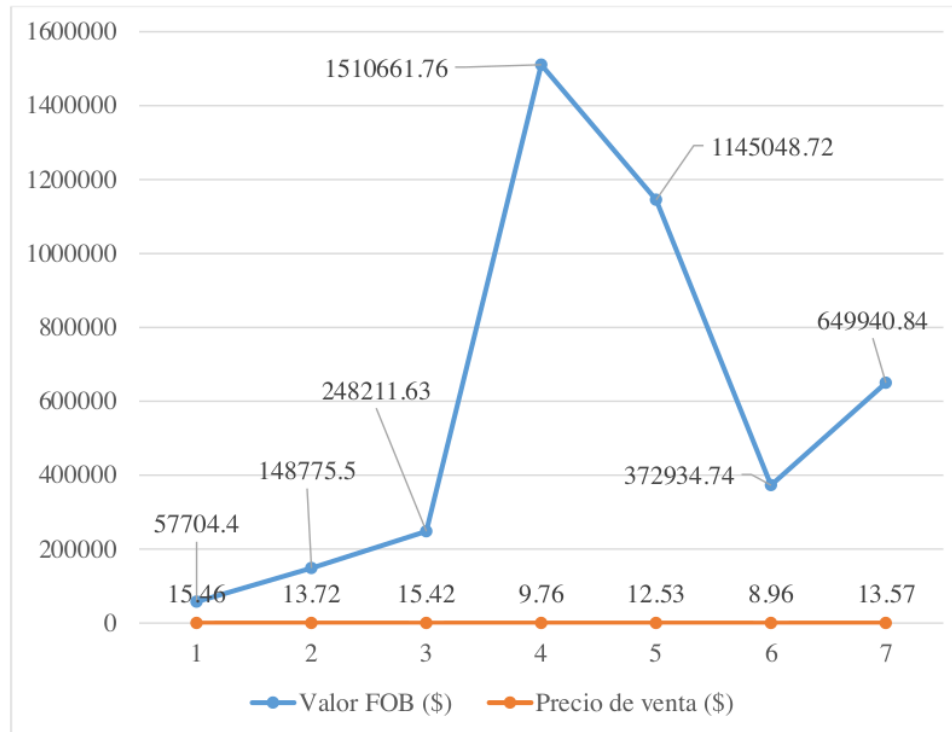


Figura 2. Exportación y precio de venta de sachá inchi, periodo 2014-2020 en la empresa Shanantina S.A.C

### 3.2 Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos, en la región San Martín el sachá inchi se ha convertido en una alternativa de siembra, producción y comercialización directa y sus derivados, que se logró especialmente gracias a la generación de empresas productoras y por el interés de los mercados internacionales en este producto, aunque sea aún poco distinguido. Coincidiendo con lo manifestado por Molano, Ramiro, y López (2016), que las oportunidades de mercado con que cuenta el producto sachá inchi, exige lograr productos de calidad, el mismo que se garantiza con la implementación de un proceso productivo adecuado. Cabe destacar que la producción de semilla de sachá inchi no alcanza a cubrir el consumo interno y que la demanda externa por este producto continuará aumentando en los

próximos años, generando un aumento considerable de la demanda de sachá inchi en la región San Martín, así como en otros mercados de Perú y el mundo. Por este motivo, las autoridades regionales evalúan impulsar su producción, a través de múltiples alternativas. Según Sánchez (2017), “la cooperación entre actores, la coordinación entre el sector público y el privado, la competitividad en los eslabones con liderazgo asociativo y empresarial, y el uso sostenible de la biodiversidad con equidad en la distribución de los beneficios”. Es considerable el aumento de la siembra y cosecha en la región San Martín, mejorando los ingresos de los productores y empresarios; en el Perú existen alrededor de 60 empresas dedicadas a la transformación y exportación de aceite de sachá inchi, de las cuales ocho están en la región San Martín, existen algunos agricultores que producen sachá inchi aún de manera artesanal, lo que no permite aumentar la cantidad en kilogramos por hectárea, resultando relevante lo manifestado por Santillán (2018), que la oferta de sachá inchi está conformada por agricultores con limitados conocimientos del proceso productivo. Por lo tanto es necesaria incrementar la oferta exportable, mediante el fomento de la siembra de sachá inchi y la asistencia técnica para mejorar y aumentar la producción.

Si bien es cierto que existen otros espacios territoriales en el mundo en especial Latinoamérica que vienen impulsando la producción de sachá inchi, como lo expresa Gómez (2018), que “esta planta se puede posicionar en diversos segmentos del mercado como son los suplementos dietéticos, los alimentos funcionales, los productos cosméticos de cuidado personal, al igual que el mercado de grasas y aceites vegetales”. En la actualidad, el sachá inchi está innovando en nuevos productos como lo son los bocaditos integrales dietéticos, considerando lo establecido por Yovera y Lorenzo (2018), dicha elaboración es al gusto del público en general, cuyo aporte nutricional es mayor que los productos comerciales. En el marco de esta oportunidad presentada, la producción y rentabilidad del cultivo de sachá inchi en la región San Martín, es alentador por el incremento y la gran existencia de mercado, lo que se ve reflejado en su nivel de exportación de aceite de sachá inchi entre los años 2016 – 2017, lo que garantiza la existencia de demanda y considerando lo establecido por Santillán (2018), siendo Estados Unidos uno de los mercados más importantes a nivel mundial. El sachá inchi se está posicionando como una alternativa real para su desarrollo productivo, por lo cual es necesario fomentar la siembra de sachá inchi en la región San Martín, y se puede observar la formación de alianzas estratégicas, que se da a través de la sociedad entre las empresas productoras y transformadoras de sachá inchi, mediante la Mesa Técnica Regional del sachá inchi para incentivar el consumo nacional



del mismo, observado por Sánchez (2017), que busca “establecer relaciones mutuamente beneficiosas y de larga duración con los participantes claves como consumidores, proveedores, distribuidores, y otros socios del marketing para conservar e incrementar el negocio”.

La empresa Shanantina S.A.C se encuentra en constante crecimiento en sus ventas, lo cual se ve reflejado en su nivel de exportación de mercadería para los futuros años con precios alentadores para los agentes económicos, a fin de liberar al mercado las primeras variedades de este superalimento para continuar mejorando la producción de los agricultores del país y seguir innovando en técnicas de cultivo y manejo orgánico de la materia prima, así cumplir con los estándares de estudios certificados para implementar y desarrollar este cultivo como una alternativa potencial de exportación, coincidiendo con lo mencionado por Ayala (2016).

## CONCLUSIONES

- Shanantina S.A.C. es una de las empresas que desarrolla actividades específicas relacionadas con la producción, transformación y comercialización de sachá inchi para el mercado nacional e internacional. Logrando en el año 2014, producir y comercializar 3 732.77 kilos de sachá inchi, correspondiendo su máxima producción en el periodo de estudio, el año 2017 con un total de 153 159.26 kilos. Destacándose que el máximo nivel de producción reflejado se debe al logro de alianzas estratégicas de comercialización y apertura de nuevos mercados. En los últimos tiempos, la producción de sachá inchi se vio afectado por la pandemia del COVID.19 porque se cerraron fronteras. Concluyéndose que el nivel de producción de sachá inchi en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, es creciente y sostenida.
- Shanantina S.A.C, en el periodo 2014 – 2016, su producción total era destinado solo al mercado internacional, observándose un incremento de su producción en el periodo antes mencionado con un valor de exportación de sus productos de 248 211.63 dólares en el 2016, posicionándose así en nuevos mercados por su gran aporte nutricional a la salud, lo cual fue muy bueno para su consumo en el mercado nacional con un 5% en el año 2017, y mucho más en el mercado extranjero, en el periodo 2018 – 2019 la producción destinada a la exportación de la empresa Shanantina disminuye por la entrada de nuevas empresas exportadoras, pero en el año 2020 se logra recuperar por el incremento de consumo en países como (Estados Unidos, Corea del Sur, Suiza y Taiwán) sus mayores consumidores de sus productos, liderando el segundo puesto Shanantina en el ranking de empresa exportadora con respecto a sachá inchi. Concluyéndose que la producción de sachá inchi destinado a la exportación de la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, es cada vez más creciente, debido a que la empresa se enfocó en promocionar sus productos, logrando alianzas con mercados internacionales, siendo Corea del Sur su mayor consumidor de sus productos terminados.
- El ingreso al mercado de la empresa Shanantina S.A.C., se generó cuando el precio promedio de venta estaba en su máximo apogeo, el precio de la exportación en el

año 2014 alcanzó 15.46 dólares el kilogramo, siendo el máximo precio promedio de venta alcanzado en el periodo de estudio, lo cual se mantiene hasta el año 2016; posteriormente se observa en el año 2017 una caída a 9,76 debido al exceso de oferta en el mercado y consumo de ventas hasta alcanzar en el año 2019 el segundo precio más bajo de 8.96 dólares el kilogramo, debido al exceso de oferta, tal como se observa en el periodo 2018-2019. Shanantina incrementa su producción en el año 2020 destinado al mercado internacional convirtiendo al sachá inchi en una alternativa de inversión agrícola orientada a su exportación, recibiendo altos niveles de precio fuera del país ya sea en grano o en productos medianamente procesados. Concluyéndose que el precio promedio de venta de sachá inchi en el mercado externo de la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, refleja una caída debido al exceso de oferta observada.

- La relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, fue calculado a través del coeficiente de correlación de Pearson, obteniéndose una correlación de Pearson de 0,982, entre la exportación y producción de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC. Del mismo modo se logró obtener un coeficiente de correlación -0,568 entre la exportación y el precio de venta de sachá inchi de la empresa Shanantina SAC. Concluyéndose que la relación existente entre la exportación de sachá inchi con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC., provincia de Lamas – región San Martín, periodo 2014 – 2020, corresponde a una relación directa y una relación indirecta, respectivamente.

## RECOMENDACIONES

- <sup>11</sup> El Gobierno Regional de San Martín a través de la DRASAM y las empresas <sup>3</sup> privadas deben generar alianzas estratégicas con los productores de sachá inchi a fin de propiciar el crecimiento en tecnología y rentabilidad para sus miembros, generando condiciones que permitan el acceso a financiamiento a bajo costo para capital de trabajo y mejorar el servicio logístico que permita reducir costos e incrementar la rentabilidad.
- <sup>17</sup> El Gobierno Regional de San Martín a través de la DIRCETUR, <sup>1</sup> como responsable de la política de gestión del desarrollo en la región, debe incorporar en sus estrategias de crecimiento económico acciones que permitan contribuir al incremento de las ventas de los derivados del sachá inchi <sup>1</sup> de la región, articulando y perfeccionando las actividades que corresponden a la cadena <sup>30</sup> de valor de sachá inchi.
- El Gobierno Regional de San Martín a través de la DRASAM, consolidar <sup>15</sup> los comités, asociaciones y cooperativas, participando en ferias locales y regionales para posicionar el cultivo, promover el consumo interno y generar nuevas propuestas de ingreso a la canasta familiar. Fortaleciendo la Mesa Técnica Regional <sup>33</sup> de sachá inchi en la región San Martín, promoviendo la asociatividad y el acceso a nuevas oportunidades de mercado.
- <sup>27</sup> El Ministerio de comercio exterior y turismo, a través de la dirección de estudios económicos, articular los centros de producción regionales con mercados internacionales, implementando estudios de inteligencia de mercado que contribuyan al conocimiento previo de la demanda exterior del sachá inchi, que permita ser un ente motivador para promover la asociatividad y el comercio conjunto a fin de lograr cubrir la demanda y obtener mejores precios.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aleksink, N. (2012). Determinación de costos y precios de Exportación en Buenos Aires: Buyatti. Buenos Aires
- Álvarez, O. (2008). El Blog de Salmón. Obtenido de El Blog de Salmón: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>
- Ander, E., y Hernández . (2011). Tesis de Investigación. Obtenido de Tesis de Investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/11/tipos-de-investigacion-¿Qué-ander-egg.html>
- Arroyo, J. (2011). Introducción al Comercio Internacional. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Asociación de exportadores, (2021). Exportación de sachá inchi Shanantina S.A.C, región San Martín (p. 1). <http://www.adexdatatrade.com/>
- Ayala, G. A. (2016). Análisis de crecimiento y producción de 3 variedades de Sachá inchi (Plukenetia Volubilis L.), en el municipio de Tena Cundinamarca. Bogota D.C: Universidad de ciencia aplicadas y ambientales U.D.C.A.
- Banco Central de Reserva del Perú (2011) BCRP.. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/e.html>
- Banco Central de Reserva del Perú – BCRP. (2013). Guía metodológica de la nota semanal. Lima: bcrp.
- Buendía, E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. Análisis económico, 55-58.
- Cachique, D., Guerra, F., y Gil, N. (2017). Análisis de la cadena de valor del Sachá Inchi en San Martín al 2016. Lima: Impreso Gráfica S.A.C.
- Calero, B. R. (2017). Análisis de la cadena de valor del Sachá Inchi en San Martín al 2016. En D. Cachique, F. Guerra, & N. Gil. Lima: Impreso Gráfica S.A.C
- Ceballos, L. (2018). Comercio Internacional. Obtenido de <https://yelit1907.blogspot.com/2018/10/conceptos-de-varios-autores.htm>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL. (2008). En CEPAL, Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Medición de Posición y dinamismo Comercial . Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Cruz, I. (2014). Determinación de Costo Unitario, una herramienta financiera eficiente en las empresas. México D.F: Instituto Tecnológico de Sonora.

- De la Hoz, P. (2013). Generalidades del Comercio Internacional. Medellín: Esumer.
- Dirección Regional de Agricultura San Martín – DRASAM. (2016). Diagnóstico de la Cadena de Valor del Cultivo de Sacha Inchi. Tarapoto.
- Espinal, F. A. (2015). Paso a paso para importar: costos y procedimientos. Colombia: ICECOMEX.
- Fisher, L., y Espejo, J. (2010). Mercadotecnia. México: McGRAW HILL.
- Galindo, M., y Ríos, V. (2015). Exportaciones. México: Estudios económicos vol. 1.
- Gómez, N. (2018). Estudio de pre- factibilidad para cultivo de Sacha inchi en el corregimiento de potrerito en el departamento del valle del Cauca, Colombia. Santiago de Cali-Colombia: Universidad autónoma de occidente.
- González, D., y Carro, R. (2014). Productividad y Competitividad. Mar de Plata: AO.
- Gutierrez, I. (2020). ¿Qué es la ventaja comparativa y cuáles con sus características. Obtenido de <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/ventaja-comparativa/>
- Heizer, y Render. (2009). Principios de Administración de operaciones. Bibliography \ 3082.
- Hernández, Fernández, y Baptista. (2010). Metodología de la Investigación. Estados Unidos: Mc Graw Hill.
- Huansi, D. C. (8 de octubre de 2020). Joya amazónica! Producción de sachá inchi mejorará con innovadora tecnología peruana. (L. Z. Davila, Entrevistador)
- Huesca, C. (2012). Comercio Internacional. México: Red Tercer Milenio.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA. (2018). El mercado y la comercialización. Costa Rica: Creative Commons.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. (2012). Atlas Agropecuario. Lima: Talleres Graficos
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. (2013). Metodología de cálculo mensual de los índices de precios de Comercio Exterior. Lima.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. (2014). Metodología de cálculo mensual de los índices de precios de Comercio Exterior. Lima.
- Koontz, H., y Cyril, O. (2013). Curso de Administración Moderna- Un análisis de sistemas y contingencias de . Mexico: Litográfica Ingramex S.A.
- Lerma, A., y Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional. México: Ebook 4ta edición.
- Llaca, A., y Villalonga, J. (2006). Las Teorías del Comercio Internacional. Obtenido de Las Teorías del Comercio Internacional: [HYPERLINK](#)

- [http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/032\\_ice/modulo1/contenidos/tema1.2.html](http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/032_ice/modulo1/contenidos/tema1.2.html)  
[http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/032\\_ice/modulo1/contenidos/tema1.2.html](http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/032_ice/modulo1/contenidos/tema1.2.html)
- Marin, S. K. (2017). Comercio internacional y competitividad del aceite de Sacha inchi peruano 2008-2016. Lima:Univercidad Cesar Vallejo
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2013). El ABC del Comercio Exterior. Lima.
- Molano, A. B., Ramiro Vega, N., & Lopéz Martinez, J. G. (2016). Producción y comercialización del aceite de Sacha inchi cultivado en colombia con fines de exportacion a Alemania. Colombia: Universidad distrital Francisco José de caldas.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2014). Metodología de investigacion cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis. (Ediciones de la U, Ed.) (4ta Edició). Bogotá.
- Porter, M. E. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. (Javier Vergara Editor, Ed.Buenos Aires
- Ricaldi, R. (2010). Comercio Internacional. Huancayo: Soluciones Gráficas SAC.
- Romo, H., y Rivas, L. (2010). Modelo de Competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil en México. México: Europea Institutede Management vol. 57
- Salvatore, D. (2005). Microeconomía. México: Mc Graw Hill
- Sánchez, A. (2017). Diagnostico de la cadena de valor del Sacha inchi(Plukenetia Volubilis L.) en la region San Martin. Tarapoto-Peru: Universidad Nacional de San Martin.
- Sandoval, L. J. (2017). Evaluación de registros fenológicos Plukenetia Polyadenia ( Muller.Arg.,1865) en condiciones ex situ, en el fundo Pucayacu del IIAP sector Bello Horizonte-Banda de Shilcayo-Provincia de San Martin-Perú. Tarapoto-Perú: Universidad Nacional de San Martin.
- Santillán, L. D. (2018). Producción y rentabilidad del cultivo de Sacha inchi (Plukenetia volubilis L.) en la region Piura. Lima: Universidad Agraria la Molina.
- Shanantina S.A.C. (2021). Producción y comercialización de Sacha inchi (plukenetia volubilis l) en la Provincia de lamas, región San Martín. Lamas: Shanantina S.A.C.
- Universidad Nacional Autónoma de mexico – UNAM, (2017). Introducción al Comercio Internacional. En I. d. UNAM, Introducción al Comercio Internacional (pág. 50). México.
- Universidad Nacional Autónoma de mexico – UNAM. (2010). Introducción al Comercio Internacional. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Yovera, S. L., y , Lorenzo, .R. G. (2018). Palitos integrales de semilla de sacha inchi(*Plukenetia Volubilis*) y linaza (*Linum usitatissimum*) y efecto dietético en escolares con sobrepeso. Huacho-Perú: Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión.



**ANEXOS**

# Exportación de sacha inchi y su relación con la producción y el precio en la empresa Shanantina SAC. provincia de Lamas - región San Martín, periodo 2014 - 2020

## INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	8%
2	<a href="http://repositorio.unsm.edu.pe">repositorio.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="http://repositorio.lamolina.edu.pe">repositorio.lamolina.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://www.gacetaucayalina.com">www.gacetaucayalina.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://www.definicionabc.com">www.definicionabc.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://es.unesco.org">es.unesco.org</a> Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%

9	<a href="http://scholar.harvard.edu">scholar.harvard.edu</a> Fuente de Internet	1 %
10	<a href="http://www.iiij.derecho.ucr.ac.cr">www.iiij.derecho.ucr.ac.cr</a> Fuente de Internet	1 %
11	<a href="http://doi.org">doi.org</a> Fuente de Internet	1 %
12	<a href="http://www.sbs.gob.pe">www.sbs.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://repositorio.uncp.edu.pe">repositorio.uncp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	Madrigal Paz Susana Aurora. "Biocomercio ¿una forma de apropiación legal de la biodiversidad y del conocimiento tradicional? : la cooperación de Alemania y Suiza en Perú", TESIUNAM, 2015 Publicación	<1 %
15	<a href="http://andina.pe">andina.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://dspace.espol.edu.ec">dspace.espol.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://ri.agro.uba.ar">ri.agro.uba.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://www.redalyc.org">www.redalyc.org</a> Fuente de Internet	<1 %

19	<a href="http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe">www.repositorioacademico.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="http://www.infocapitalhumano.pe">www.infocapitalhumano.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://docslide.us">docslide.us</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://repository.udca.edu.co">repository.udca.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://www.cachicha.com">www.cachicha.com</a> Fuente de Internet	<1 %
25	Uriegas Uriegas José Luis. "Análisis del comportamiento económico de plantas de la industria química", TESIUNAM, 1979 Publicación	<1 %
26	<a href="http://www.educaweb.com">www.educaweb.com</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://agenda.pucp.edu.pe">agenda.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://cathi.uacj.mx">cathi.uacj.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

30	<a href="http://trabajosanmartin.gob.pe">trabajosanmartin.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
33	<a href="http://repositorio.promperu.gob.pe">repositorio.promperu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
34	Trejo Vargas Pedro. "La facilitación en el comercio mundial y su impacto en la legislación aduanera mexicana : propuesta de adhesión a la version revisada del Convenio de Kyoto", TESIUNAM, 2007 Publicación	<1 %
35	<a href="http://agraria.pe">agraria.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="http://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="http://repositorio.inia.gob.pe">repositorio.inia.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1 %

40	<a href="http://ciencia.lasalle.edu.co">ciencia.lasalle.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
41	<a href="http://tesis.unsm.edu.pe">tesis.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
42	<a href="http://www.asajacyl.com">www.asajacyl.com</a> Fuente de Internet	<1 %
43	<a href="http://www.buenastareas.com">www.buenastareas.com</a> Fuente de Internet	<1 %
44	<a href="http://www.tdx.cat">www.tdx.cat</a> Fuente de Internet	<1 %
45	<a href="http://www.yumpu.com">www.yumpu.com</a> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo