

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Aspectos Teóricos de Estudio de Mercado: una Aproximación a la
Demanda del Aceite de Sacha Inchi**

Por:

Eliceo Hilario Torres Cárdenas

Asesor:

Víctor Álvarez Manrique

Lima, noviembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA
DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN


Víctor Álvarez Manrique, de la Facultad de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo de investigación titulado: "Aspectos Teóricos de Estudio de Mercado: una Aproximación a la Demanda del Aceite de Sacha Inchi" constituye la memoria que presenta el estudiante Eliceo Hilario Torres Cárdenas, para aspirar al grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Lima, al 01 diciembre del 2019



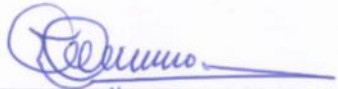
Dr. Víctor Álvarez Manrique

Aspectos teóricos de estudio de mercado: una aproximación a la
demanda del aceite de sachá inchi

Trabajo de Investigación

Presentado para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración y
Negocios Internacionales

JURADO CALIFICADOR



Dr. Edwin Octavio Cisneros Gonzales

Presidente



Lic. Nancy Abigail Lazo Palacios

Secretaria



Dr. Víctor Daniel Álvarez Manrique

Asesor

Lima, 01 de diciembre del 2019



Una Institución Adventista

Aspectos teóricos de estudio de mercado: una aproximación a la demanda del aceite del sachá inchi

Theoretical aspects of market research: an approach to the demand for sachá inchi oil

Eliceo Hilario Torres Cárdenas ¹

Víctor Daniel Álvarez Manrique ²

E.P Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Lima Perú.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar y analizar brevemente algunos aspectos teóricos sobre el mercado del aceite de sachá inchi. En el presente trabajo de investigación se realizó el método de revisión literaria de manera detallada y sistemática de resultados de diferentes investigaciones basadas en el mercado del aceite de sachá inchi, en tesis y páginas webs, asimismo, se analizaron los reportes estadísticos de instituciones como Promperu y Sunat. Los resultados obtenidos de esta investigación fueron que la tendencia del consumo de sachá inchi en el mercado peruano sólo representa el 2% y el 98% es destinado al mercado mundial, lo que significa que el mercado internacional está creciendo y muchas personas reconocen los valores nutricionales y saludables en el cuerpo humano, países como Corea del Sur, Europa y EEUU han aumentado la demanda de consumo por el valor nutricional, sin embargo las diferentes barreras arancelarias han causado la disminución de la exportación y por lo tanto afectaron los precios de compra de la materia prima, por ello, será necesario producir calidad. Según los resultados encontrados en la revisión bibliográfica se puede concluir que, de acuerdo a las teorías encontradas hay una tendencia de consumo mundial, los principales mercados internacionales son EEUU, España, Corea del Sur y Japón, sin embargo; el consumo en el mercado nacional es muy bajo, con un equivalente al 2% y el 98% es internacional, la falta de conocimiento y los precios excesivos son los principales factores del bajo consumo nacional.

Palabras claves: Aceite de sachá inchi, demanda, oferta, producción, consumo de aceite de sachá inchi.

Abstract

This research work aims to develop and briefly analyze some theoretical aspects of the sachá inchi oil market. In this research work the method of literary review was carried out in a detailed and systematic way of the results of different investigations based on the sachá inchi oil market, in theses and websites, also, the statistical reports of institutions such as Promperu were analyzed and Sunat. The results obtained from this research were that the trend of consumption of sachá inchi in the Peruvian market

only represents 2% and 98% is destined for the world market, which means that the international market is growing and many people recognize nutritional values and healthy in the human body, countries such as Korea, Europe and the US have increased the demand for consumption for nutritional value, however the different tariff barriers have caused the decline in exports and therefore affected the purchase prices of the raw material. Therefore, it will be necessary to produce quality. According to the results found in the literature review, it can be concluded that, according to the theories found, there is a world consumption trend, the main international markets are EE. UU, Spain, Korea and Japan, however; consumption in the national market is very low, with an equivalent of 2% and 98% is international, lack of knowledge and excessive prices are the main factors of low national consumption.

Keywords: Sacha inchi oil, demand, supply, production, consumption of sachu inchi oil.

1. Introducción

El sachu inchi, cuyo nombre científico es. *Plukenetia volúbilis Linneo*, es según Chanta (2010) oriunda de la Amazonía Peruana, conocida por diversas culturas de la zona y también por la cultura inca, desde entonces es conocida sus propiedades funcionales en la salud del ser humano; sin embargo, reportes científicos de Hazen & Stowesand (1980), citado por Rosendo (2015) en la universidad Cornell (USA), indicaron composición de 29 % de proteína y 48.6% de aceite (con alto contenido de ácidos grasos insaturados: oleico (omega 9), linoleico (omega 6) y linolénico (omega3); (Inkanat, 2019), señala que la composición de estos ácidos esenciales son omega 3 (más de 48%), omega 6 (36%), omega 9 (8%).

Según Amazonas (2010) menciona que, gracias al alto contenido de ácidos grasos insaturados beneficia la salud, ya que contiene además una mixtura de excelentes aminoácidos, vitaminas y yodo esenciales en proporciones suficientes para, contribuir al organismo humano con 562 de calorías, útil tanto para cualquier organismo sano o enfermo de cualquier edad. Asimismo, Alayón & Echeverri (2016) mencionan que el consumo de sachu inchi y/o derivados ayuda al mejoramiento bioquímico, mejoramiento del sistema cardiovascular y mejoramiento del perfil lipídico; además, contiene antioxidantes vitamina A y alfa-tocoferol vitamina E, según Agroindustrias Amazónicas Europe, S.L, (2007) citado por. Alva & Noriega, (2015).

Mejía (1997) citado por Santillán (2018) en su investigación sobre extracción, refinación y caracterización de aceite de sachu inchi, determinó que el procedimiento es: pesado, descascarado, selección, triturado y tamizado, tratamiento térmico (105°C por 30 minutos), prensado y extracción por solventes y filtrado.

Solòrzano (2017) cita a Inkanatura (2013) para mencionar que el aceite de sachu inchi es el mejor aceite para consumo humano doméstico, industrial, cosmético y medicinal; superando a todos

los aceites utilizados actualmente, como los aceites de oliva, girasol, soya, maíz, palma, maní, etc., como también el autor recalca que tiene muchos usos, como: reductor del colesterol, aceite de mesa, de cocina, en la industria alimentaria para enriquecer con omega-3.

Según Tobar (2018) cita a Barrera (2015) quien realizó su trabajo de investigación titulado “Estudio del efecto neuroprotector del aceite de sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L.) en la neurotoxicidad inducida por metilmercurio durante la gestación y lactancia en ratas”, donde evaluó el efecto del aceite de sacha inchi sobre la capacidad de aprendizaje; con una dieta de 2 y 4 ml/Kg/día evitó el deterioro de la capacidad de aprendizaje, el incremento del estrés oxidativo y el deterioro tisular del cerebelo.

Pese a los beneficios conocidos del sacha inchi en el ser humano, la oferta y promoción del aceite de sacha inchi en el mercado interno es muy poco, pues según ProFound (2014) citado por Calua (2017), solo el 2 % de la producción se destina al consumo nacional y el 98 % restante son vendidos en el mercado externo; Benito (2010) también asegura un bajo consumo doméstico del aceite de sacha inchi en la población San Martinense el 29% y el restante 71% no la consume; según Benito (2010) esta es debido a que no existen estrategias comerciales para aumentar la promoción de su consumo; hay pocas empresas que se dedican a la comercialización, debido a que la mayor parte de la producción de sacha inchi se encuentra en la Amazonía peruana. Por ende, el producto para su elaboración es muy escaso y caro, se comercializa en frascos de 250 ml y como maní tostado, mayormente es realizado por pequeños emprendedores y conocedores de los beneficios. Es ofertado por páginas en internet y es muy elevado sus precios por su poca producción. Agui (2017) cita a Calero (2013) para mencionar que no hay demanda en el mercado interno, Cachique (2016) también es citado por el mismo autor, quien considera que la poca demanda nacional es la falta de cultura en la población al consumo de productos beneficiosos en la salud, como también el bajo marketing de las empresas para incentivar el consumo que podrían a la vez estar afectados por los altos impuestos, que a diferencia de las exportaciones no hay pago por aranceles.

Asimismo, se observa el problema en cuanto a precios de la materia prima para los agricultores, hay épocas que el costo de la materia prima alcanza los S/. 25.00 por kilo y épocas donde el precio solo es de S/. 2.00 por kilos, esto afecta gravemente a los agricultores, porque muchas veces no lograr recuperar el costo de producción, sin embargo, el precio del aceite de sacha inchi ha sido constante en el tiempo. Promperu (2019) en su informe sobre las exportaciones del primer trimestre del año 2019, mostro la caída de las exportaciones de productos funcionales como castaña y sacha inchi, asimismo, afirma que la exportación de sacha inchi tuvo una variación negativa del 86% a diferencia del primer trimestre del 2018, según afirma Promperu (2019) esto se debió por la reducción de la demanda en Corea del Sur y el ingreso de otros productos similares provenientes de Tailandia y Vietnam.

Pese a esa realidad, se está atendiendo a la demanda mundial; uno de los principales países de gran demanda actual, según Gestión (2017) es Corea del Sur debido a que la población coreana valora mucho su salud, de tal manera que Perú ha exportado a Corea del Sur durante el primer semestre (enero-julio) del 2017 cerca de US\$ 17,416,000.00, esta suma en relación a la exportación hecha en el mismo periodo del año anterior (2016), fue de US\$ 715,719.00, lo que quiere decir que de un año a otro la demanda creció abruptamente en 2,333.36%, esto hace más que afirmar el gran interés del producto peruano en dicho mercado. Entre las categorías más comercializadas del sacha inchi están las tostadas, el snack y el aceite; pero también han sido exportados para utilizar sus componentes en la industria de la belleza para proteger el cabello, piel y uñas, entre otras. Ramos (2013) también asegura que el mundo tiende a la demanda de productos saludables y nutritivos.

Según Núñez & Ybañez (2014) hicieron un análisis al mercado de Canadá y su influencia en las exportaciones de aceite de sacha inchi en los años 2008 y 2012, conociendo la tendencia de este país en consumir alimentos orgánicos, saludables y funcionales; llegaron a la conclusión de que la influencia será positiva, lo que significa que los exportadores peruanos deberán aprovechar dicho mercado. Los mismos autores citan a Promperu (2013) para mencionar las pérdidas económicas que el Perú tiene por no contar con suficiente materia prima alcanzo los US\$ 15 millones en el 2013 y que por lo tanto será difícil cubrir con la creciente demanda; asimismo. Nuñez & Ybañez (2014) aseguran que para el período 2013 y 2017 habría una tendencia en el crecimiento de las exportaciones; esto es asegurado por Marón (2017) quien afirmó para el período 2008-2016 una tendencia creciente de la exportación de sacha inchi, como también lo determinó Davila & Kimberly (2016) la evolución hacia una tendencia creciente de la exportación de sacha inchi en los años 2010 y 2015.

Mincetur (2016) presentó una investigación de la demanda de aceite de sacha inchi en Canadá, donde aseguró que dicho país tiene una demanda por productos saludables, libre de organismos genéticamente modificados (GMO) y con trazabilidad; a la fecha existían 27 importadores de aceite de sacha inchi y muchos clientes consideran al precio del aceite como ALTO. También, Indecopi (2018) menciona que, el aceite de sacha inchi en el año 2016, presenta como principales mercados de exportación a Francia (172.90 TN) y Estados Unidos (57.20 TN); y como principal empresa exportadora a Deshidratados Tropicales S.A.C.

Según Chirinos & Adachi (2009) hicieron una investigación sobre la exportación de aceite de sacha inchi a los EEUU, buscaron responder si es un negocio exitoso y demostraron que hacer un plan de negocio es altamente viable, con una tendencia mundial al consumo de aceites vegetales, para los autores al año 2009 EEUU, representa el segundo mercado más importante. En la investigación los autores. Chirinos & Adachi (2009) reportan que la demanda proyectada al 2018 sería de 7477 TN y recalcan que, existe poca oferta y poca calidad de semilla de sacha inchi, lo que podría significar una desventaja en la exportación. También tenemos a Manosalva & Fabiola (2018) quien en su investigación determinó la relación entre la producción y la exportación de aceite de sacha inchi,

menciona que la producción de sacha inchi según MINAGRI la producción en el 2007 era de 1517 TN, al 2017 la producción alcanzó 2255.00 TN y pese que en los años 2014 y 2015 hubo disminución en la producción, fue el año con mayor crecimiento de exportación (93.96%) y el año 2017 la exportación disminuyó el 32.93%.

La baja oferta de semilla de sacha inchi es resaltado por Santillán (2018) quien asegura el crecimiento de la demanda internacional pero una escasa oferta de semilla, siendo los principales países Canadá, Japón y España, se observó un crecimiento del 30% entre los años 2013 y 2018. Santillán (2018) menciona que el pago justo para el agricultor sería de 9 soles el kilo para asegurar rentabilidad, sin embargo, el autor menciona que el precio del sacha inchi era de S/. 2.20, en el 2017, Pezo & Vela, (2018) mencionan que, según reporte de SUNAT a Julio del 2017 registra 38 exportadoras de Sacha Inchi; y que entre los años 2010 y 2016, la mayor producción fue en 2014 de 1705 TN, y presentó caídas desde el 2015 al 2016, es importante mencionar que el rendimiento por hectárea del cultivo de sacha inchi es de 1TN Promperu (2010) citado por. Ramos (2013).

Según Agui (2017) determinó los factores que benefician el aumento de la cantidad de producción de sacha inchi en la Región San Martín para su comercialización, realizó una entrevista a los productores y ellos afirmaron que no reciben apoyo al 100% del gobierno, reciben capacitaciones, pero el factor más importante que afecta a los productores es el precio de las semillas de sacha inchi; Agui (2017) cita a Cachique (2016) para aclarar que el precio de semilla de sacha inchi se ve afectado las barreras comerciales que establecieron la Unión Europea y Estados Unidos (Novel Food – Generally Recognized as safe (GRAS) afectando a la cadena de sacha inchi, muchos productores cambiaron sus parcelas por otros productos, entonces se vio el retiro de productores, acopiadores, transformadores y comercializadores.

Según Yèpez (2018) menciona que existe una gran demanda de la semilla de sacha inchi gracias a la gran demanda por el consumo de productos saludables, y lo percibió en el departamento de San Martín la oferta de semilla de sacha inchi aumentó el 2012 de 3040 TN al 2017 con 3296 TN; asimismo, Yèpez (2018) evaluó la aceptabilidad del consumo del aceite de sacha inchi en la población de Arequipa y determinó que fue el 72.25% consume aceite de Oliva y de este grupo el 40% podría cambiar a consumir aceite de sacha inchi. El mismo autor encontró que existe una venta mensual de 62 botellas de 250 ml de aceite de sacha inchi, y que según MINAGRI la demanda proyectada de aceite de sacha inchi al 2017 era de 178,926; Yèpez (2018) hizo una proyección de los años 2019 y 2022 ventas de 270,794 y 529,010 botellas respectivamente, lo que significa un aumento en el consumo de aceite de sacha inchi. Lopez, Nicoma, & Espinoza (2016) mencionan que en California al año 2015 existía una demanda promedio mensual de 9702 botellas de 250 ml de aceite de Sacha Inchi.

En el mismo sentido Gómez & Lazo (2015) proyectaron la demanda del aceite de sacha inchi al 2025, teniendo como proyección al 2018 con 2,835,900.83 botellas de 250 ml; 2019 la cantidad de

2,926,633.72 botellas de 250 ml y para el 2025 con 3,471,031.03 botellas de 250 ml. Consideran precio venta de 250 ml a S/. 27.50.

Calua (2017) en su investigación, identificó y analizó los factores que han influido en el crecimiento de las exportaciones de sachá inchi en el Perú, y que, pese a que Perú no tiene especialización en exportación, es el primer productor y exportador a nivel mundial. Calua (2017) cita a Trademap (2014) para reconocer a Canadá como el mayor exportador en el año del 2013 con el 32% de exportación a nivel mundial.

Tobar (2018) cita a Castaño en el (2011) en su artículo científico titulado “Composición de ácidos grasos de Sachá Inchi (*Plukenetia volúbilis* Linneo), y su relación con la bioactividad del vegetal” publicado en el año 2012, menciona que se realizó estudios con Sachá Inchi en los que muestran que el vegetal es una fuente importante de aceite, con posibilidad de encontrar en él ácidos grasos funcionales, (completan la nutrición y ayudan en la actividad del ser humano), y como también los fotocompuestos podrían ayudar al daño oxidativo de las macromoléculas.

La investigación se justifica porque luego de un análisis de algunas investigaciones sobre mercado del sachá inchi, entender cuál es la tendencia de la producción y comercialización del aceite de sachá inchi, como afrontar los diferentes problemas que actualmente vienen pasando los productores de sachá inchi y toda la cadena actual.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar y analizar brevemente algunos aspectos teóricos sobre el mercado del aceite de sachá inchi.

2. Métodos

La metodología para la realización de la presente investigación se enfocó en la recopilación de datos y cifras de fuentes primarias y secundarias a partir de estadísticas, artículos, publicaciones, tesis, documentos. La investigación fue tipo exploratoria, se revisaron bibliografía en diferentes buscadores académicos, como Alicia, Concitec, Google académica; asimismo, se tomaron los datos relacionados con la oferta y demanda del aceite de sachá inchi de instituciones reconocidas como SUNAT y PROMPERU. Seguidamente se compararon los datos obtenidos y la tendencia que los diferentes investigadores llegaron a concluir.

3. Desarrollo y discusión

De acuerdo a las teorías revisadas con respecto al mercado del aceite de sachá inchi, se reconoce la tendencia a nivel mundial por el consumo de productos que no solo sean nutricionales, sino que tengan propiedades funcionales, como lo menciona Solòrzano (2017) que el consumo de aceite de sachá inchi funciona como reductor del colesterol, aceite de mesa, de cocina, en la industria alimentaria para enriquecer con omega 3, las diferentes investigaciones han demostrado el valor nutricional del sachá inchi por tener antioxidantes (vitamina A, vitamina E), Burbano &

Noriega (2015) y especialmente su composición de ácidos grasos esenciales omega 3 (más de 48%), omega 6 (36%), omega 9 (8%), Inkanet (2019).

El mercado internacional, países como EEUU, España, Corea del Sur y Japón, han entendido la importancia del consumo de productos con propiedades benéficas para la salud de sus ciudadanos, por ello, las investigaciones realizadas con respecto a la demanda del aceite de sachá inchi ha demostrado una tendencia positiva y de crecimiento a través de los años, en la tabla 2 podemos observar a. Agui (2017) demostró el aumento de las exportaciones del año 2012 con 187,496.99 kg de aceite exportado hacia el año 2017 con 292,266.16 kg de aceite exportado; la misma tendencia de crecimiento lo demostró, Manosalva & Fabiola (2018) con 511,310.02 kg de aceite, al año 2013 y aumento para el año 2017 con 1,093,896.33 kg de aceite de sachá inchi; también se puede citar a Santillán (2018) que indica un aumento de 152,683.59 kg de aceite a 1,997,494.15 kg entre los años 2013 y 2017 respectivamente.

Sin embargo, la demanda nacional interna de aceite de sachá inchi es muy baja y así lo asegura Calua (2017) que solo el 2 % de la producción se destina al consumo nacional y el 98 % restante son vendidos en el mercado externo; y al respecto Benito (2010) que solo el 29% de la población investigada consume aceite de sachá inchi. Agui (2017) menciona que esto debido a la falta de promoción y concientización de la población hacia el consumo de productos saludables, como también lo mencionó Benito (2010) que existen una debilidad en cuanto a estrategias de comercialización; entonces, es muy importante determinar métodos, promociones, formas de marketing para alcanzar mayor envergadura en la adquisición y consumo del aceite de sachá inchi.

La oferta de materia prima para la producción de aceite de sachá inchi, en muchas investigaciones determinaron con la falta de capacidad para producir y cumplir con toda la demanda requerida a nivel mundial. A pesar de ello, muchos proyectos como lo afirma Pezo & Vela (2018) han buscado aumentar la demanda de producción; y de acuerdo a la tabla 2 podemos ver que tomando como ejemplo a Yèpez (2018) en la región San Martín para el 2012 había una producción de 3040 TN y al 2017 la región San Martín presentó una producción de 3296 TN; pese a la dificultad de caídas en el precio para el agricultor que varía desde S/. 1.50 el kilogramo hasta S/. 25.00 el kilogramo que según lo menciona Agui (2017) el precio de semilla de sachá inchi se ve afectado las barreras comerciales que establecieron la Unión Europea y Estados Unidos (Novel Food – Generally Recognized as safe GRAS), los agricultores abandonan las parcelas de sachá inchi o cambian por otro cultivo.

Tabla 1.

Exportación de aceite de sachá inchi

Autor	Agui (2017)	Manosalva (2018)	Santillan (2018)	De Perú a Canadá según MINCETUR (2019)
Año	Aceite kg	Aceite kg	Aceite kg	Aceite en kg
2012	187,496.99	-	-	107.00
2013	172,214.47	511,310.02	1,522,683.59	12,184.00
2014	208,188.53	623,310.02	1,519,596.94	17,588.00
2015	324,593.05	1,208,957.96	1,935,044.41	21,436.00
2016	292,266.16	1,603,917.16	1,707,520.66	-
2017	-	1,093,896.33	1,997,494.15	-

Fuente: Agui (2017), Manosalva (2018), Santillán (2018), MINCETUR (2019).

Tabla 2.

Producción de semilla de sachá inchi

Autor	Gómez y Lazo (2015)	Chunga (2017)	Yépez (2017)
Año	Sachá inchi TN	Sachá inchi TN (San Martín)	Sachá inchi TN (San Martín)
2012	-	1,896.00	3,040.00
2013	-	2,055.00	3,080.00
2014	174,999.00	1,802.00	2,760.00
2015	194,210.00	-	1,847.00
2016	213,421.00	-	1,556.00
2017	232,632.00	-	3,296.00
2018	251,284.00	-	-
2019	271,054.00	-	-
2020	290,265.00	-	-
2021	309,476.00	-	-

Fuente: Gómez y Lazo (2015), Agui (2017), Yépez (2017)

Nota: Letras azules proyectadas año 2016 al 2021

4. Conclusión

Actualmente, después de estudios reconocidos, el mundo conoce las propiedades del sachá inchi y reconoce su alto valor oleico y proteico. Contribuye con alto grado de calorías y enriquece

directamente la salud a través de la mejor circulación de la sangre a todo nivel, agiliza las conexiones cerebrales, entre otros. El Perú se convierte en el principal y casi único oferente del mundo en ofrecer este producto. La oferta representa la producción que el productor puede ofrecer, en este caso, lo que el Perú puede ofrecer de sacha inchi al mundo. Asimismo, el precio del producto se va a ver influenciada tanto por la cantidad de la oferta como de la demanda, subiendo y bajando de acuerdo al número de ellos.

Aumentar la demanda interna del consumo del sacha inchi, dependerá de todos en la cadena, concientizar a la población hacia el consumo de productos saludables, de cuidar la salud y como también de consumir lo nuestro; encontrar las estrategias adecuadas para lograr aumentar el porcentaje de aceptabilidad en los peruanos.

La demanda del sacha inchi es cada vez más creciente, cada vez más personas del mundo conocedoras de su propiedad como el país de Corea de Sur están demandando su consumo. La demanda, según el marketing, es la necesidad convertida en deseo por el consumidor para determinado producto y además tiene la capacidad de pagar por ello; sin embargo, la dificultad de las barreras comerciales que establecieron la Unión Europea y Estados Unidos (Novel Food – Generally Recognized as safe GRASS), deberá ser considerada un tema importante de solucionar, buscar soluciones prácticas y continuar con las exportaciones.

5. Referencias Bibliográficas

- Aguí, L. (2017). Factores que favorecen el Aumento de la cantidad del Aceite de sacha Inchi. Lima, Perú.
- Alayón, A. N., & Echeverri J., I. (2016). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/469/46946547009.pdf>
- Alva, B., & Noriega, N. (2015). "Análisis de la Producción de Sacha Inchi para la Potencialización de la Exportación del Aceite. Guayaquil, Ecuador.
- Amazonas, Perú (8 de Julio de 2010). Obtenido de <http://amazonasperusachainchi.blogspot.com/2010/07/historia-del-sacha-inchi.html>
- Benito, M. (2010). "Propuesta de una Estrategia Comercial para Incrementar el Consumo Doméstico del Aceite de Sacha Inchi en la Región San Martín". Tarapoto, Perú.
- Burbano, & Noriega. (2015). Análisis de la Producción de Sacha Inchi para la Potencialización de la Exportación. Guayaquil, Ecuador.
- Calua, D. (2017). Factores que influyen en el crecimiento del aceite de sacha inchi en el Perú. Buenos Aires, Argentina.
- Chanta, B. (2010). Diversidad de Macroinvertebrados en Sistemas Agroforestales de Cultivo de Plukenetia Volubilis L." Sacha Inchi" en Tingo María, Perú.
- Chirinos, O., & Adachi, L. (09 de 2009). Exportación de Sacha Inchi al Mercado de Estados Unidos. Lima, surco, Perú.

- Davila, & Kimberly. (2016). Exportación de aceite de sacha inchi al mercado Estaunidense 2010-2015. Lima, Perú.
- Gestión. (2017). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/mercados/corea-sur-aumenta-apetito-productos-naturales-peru-144126-noticia/>
- Gómez, L., & Lazo, D. (11 de 2015). Estudio de Prefactibilidad para la Implementación de una Planta de Producción de Sacha Inchi (*Plukenetia volubilis*), Lima, Perú.
- Indecopi. (2018). Obtenido de <https://www.actualidadambiental.pe/indecopi-peru-gano-45-casos-de-biopirateria-en-el-mundo-durante-2018/>
- Inkanat. (5 de 11 de 2019). Obtenido de <http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=aceite-de-sacha-inchi>
- Lopez, Nicoma, & Espinoza. (2016). Exportacion de Aceite de Sachi Inchi a los Estados Unidos, de America Estado de California. Lima, Perú.
- Manosalva, L., & Fabiola, C. (2018). Producción de aceite de sacha inchi y exportación al mercado Estadounidense año 2013-2017. Lima.
- Mincetur. (2016). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/canada/index.html?id=360.
- Nuñez, C., & Ybañez, V. (2014). Análisis de la Ventana de Oportunidad del Mercado Canadiense y su Influecia en las Exportaciones Peruanas de Sacha Inchi. Trujillo, Peru.
- Pezo, J., & Vela, G. (2018). "Inversión en Proyectos Agropecuarios y su Relación con la Mejora del Nivel de Producción y comercialización de la cadena Productiva del sacha inchi en la Región de San Martín; en el Periodo 2010 - 2016" . Tarapoto, Perú.
- Promperu. (Junio de 2019). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Boletin%20agronegocios%202019%20-%201%20trimestre.pdf>.
- Ramos, F. (2013). Caracterización Y trazabilidad del Aceite de sacha Inchi.(*plukenetia Volubilis* Linneo). Sevilla, España.
- Rosendo, D. (2015). Plan de Exportación de Aceite Sacha Inchi Para la Empresa GEN S.A.S. Santiago de Cali, Ecuador.
- Santillàn, L. (2018). "Producción y Rentabilidad del Cultivo de Sacha en la Región de Piura. Lima, Perú .
- Solòrzano, E. (2017). Evaluación de la Calidad Físico – Químico y Sensorial del Queso tipo Paria con Adición de Aceite Sacha Inchi (*Plukenetia Volubilis* L). Puno, Perú.
- Tobar, A. (2018). Aceite de sacha inchi como potenciador cognitivo. Quito, Ecuador.
- Yèpez, A. (2018). Estudio de prefactivilidad: Producción y Comercialización de Aceite de Sacha Inchi en la ciudad de Arequipa 2018. Arequipa, Perú.