



DOI: 10.26820/reciamuc/5.(1).ene.2021.491-510

URL: <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/637>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIAMUC

ISSN: 2588-0748

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de investigación

CÓDIGO UNESCO: 24 Ciencias de la Vida

PAGINAS: 491-510



Aceite de *Sacha inchi*: potenciador de exportaciones no tradicionales en el Ecuador

Sacha inchi oil: enhancer of non-traditional exports in Ecuador

Óleo *Sacha inchi*: um melhorador das exportações não-tradicionais no Equador

Jonathan Isaac Rodríguez Alarcón¹; Karen Ivanova Vega Helguero²; Sandra Sayonara Solorzano Solorzano³

RECIBIDO: 15/03/2021 **ACEPTADO:** 17/03/2021 **PUBLICADO:** 23/04/2021

1. Universidad Técnica de Machala; Ecuador; jrodrigue5@utmachala.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-0730-5726>
2. Universidad Técnica de Machala; Ecuador; kvega3@utmachala.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0002-9981-528X>
3. Universidad Técnica de Machala; Docente Titular; Ecuador; ssolorzano@utmachala.edu.ec; <https://orcid.org/0000-0001-6294-7396>

CORRESPONDENCIA

Jonathan Isaac Rodríguez Alarcón

jrodrigue5@utmachala.edu.ec

Machala; Ecuador

RESUMEN

En el presente trabajo se realiza un análisis de la exportación de aceite de sachá inchi como una alternativa para incentivar y potenciar las exportaciones de productos no tradicionales en el Ecuador; se aplica un enfoque cualitativo con métodos teóricos histórico-lógico, analítico-sintético y el inductivo-deductivo, para la recopilación de datos sobre los productores de sachá inchi. Los resultados de la investigación describen a Corea del sur y Estados Unidos como principales importadores e importantes socios comerciales con el Ecuador.

Palabras clave: Exportación, aceite de sachá inchi, productos no tradicionales, mercados internacionales.

ABSTRACT

In the present work an analysis of the export of sachá inchi oil is carried out as an alternative to encourage and promote the exports of non-traditional products in Ecuador; A qualitative approach is applied with historical-logical, analytical-synthetic and inductive-deductive theoretical methods, for the collection of data on the producers of sachá inchi. The results of the investigation describe South Korea and the United States as main importers and important commercial partners with Ecuador.

KeyWords: Exportation, Sachá inchi oil, nontraditional products, international markets.

RESUMO

No presente trabalho é realizada uma análise da exportação de óleo de sachá inchi como alternativa para incentivar e promover a exportação de produtos não tradicionais no Equador; uma abordagem qualitativa é aplicada com métodos teóricos histórico-lógicos, analítico-sintéticos e indutivo-dedutivos, para a coleta de dados sobre os produtores de sachá inchi. Os resultados da investigação descrevem a Coréia do Sul e os Estados Unidos como principais importadores e importantes parceiros comerciais com o Equador.

Palavras-chave: Exportação, óleo Sachá inchi, produtos não tradicionais, mercados internacionais.

Introducción

Debido a que en los últimos años se ha percibido un aumento casi exponencial de enfermedades relacionadas con una mala alimentación (como la diabetes, obesidad, desnutrición), cada vez más se ha popularizado la búsqueda de alternativas de consumo alimenticio saludable con el fin de aplacar dicha problemática tal y como lo menciona un estudio realizado por la (OMS, 2018). En Ecuador, como en el resto del mundo, está en auge la alimentación sana a través de productos naturales. Y dicha tendencia se ha visto reflejada principalmente entre jóvenes y adultos mayores quienes optan cada vez más por consumir productos que conlleven nutrientes esenciales en su dieta y ejercicio en pro de una vida sana

Por tal motivo, vemos al sacha inchi como un producto prometedor gracias a sus propiedades alimenticias que lo han llevado a clasificarse dentro del grupo de super alimentos ya que su alto porcentaje de aceites esenciales y nutrientes lo ubican muy por encima de otras fuentes naturales de aceites esenciales.

El sacha inchi por mucho tiempo fue un Recurso inexplorado que yacía sobre antiguo territorio Inca, (actuales selvas de la Amazonía peruana) el cual fue rezagado gracias a antiguos colonos que desconocían su correcto uso, razón por la cual se redescubre sus beneficios hace aproximadamente 20 años, con una producción intermitente en Perú (Flores, 2010). En los últimos años su producción ha avanzado de manera acelerada abarcando muchos más países que lo producen, entre ellos Ecuador que para el año 2015 ya poseía aproximadamente 500 hectáreas de cultivos (El Telegrafo, 2015).

El Ministerio de Agricultura y Pesca (MAGAP) posee proyectos como el denominado "Segunda Ronda Kennedy (2KR)" que se centran en incentivar la producción y cultivo de sacha inchi ya que al brindar un promedio de 76 quintales / hectárea al año es un producto considerado con una alta

rentabilidad, cifras que superan a otros cultivos (MAGAP, 2014).

Sin embargo, Según un comunicado nos revela que gran parte de la exportación de sacha inchi realizada en Ecuador es de materia prima sin valor agregado, lo cual impide la explotación del potencial desarrollo industrial del sector, por tal motivo, es necesario plantear alternativas que minimicen el escape del producto en bruto e incentivar el desarrollo y exportación de productos con valor agregado como una llamativa para la inversión tanto del sector público como privado. (MAGAP, 2018)

Desde el gobierno pasado, Ecuador ha incrementado proyectos con fin de generar un cambio en su matriz productiva, pero esto se ha quedado estancado por diversas razones, es por esto que este proyecto se lo realiza con la intención de analizar punto a punto lo que conlleva la exportación de este maravilloso producto con muy buenas proyecciones de venta aprovechando su actual auge y demostrando las grandes oportunidades que se pueden aprovechar del mismo.

Exportaciones no tradicionales en el Ecuador

Los productos agrícolas han sido una pieza fundamental en el sustento económico del Ecuador, estos han formado parte de las exportaciones no petroleras, dentro de las cuales existen dos subcategorías: productos tradicionales y productos no tradicionales. Los primeros son los que se han producido y exportado a lo largo de la historia del país y tienden a no variar como, por ejemplo: cacao, banano, café, atún y pescado. Por lo general, estos productos son catalizadores auges económicos en la historia del país. Sin embargo, a pesar de su importancia en las exportaciones ecuatorianas, los productos no tradicionales han provocado cambios importantes en la matriz productiva y las condiciones del comercio internacional. (Verdugo Morales & Andrade Díaz, 2018)

Dentro de los “no tradicionales” son básicamente productos que han ingresado a los mercados extranjeros en los últimos años, como flores, frutas tropicales, conservas de pescado, madera, etc. En la dinámica económica de los últimos años, podemos ver cómo los productos no tradicionales han ganado espacio y reconocimiento en el mercado internacional. Por lo tanto, Ecuador tiene una oportunidad única para diversificar su cartera de productos exportables. (Plusvalores, 2020).

En dicho contexto, se considera a las exportaciones de aceite de sachá inchi se en-

cuentran clasificadas en el grupo de bienes no tradicionales, y por consecuencia, todo producto derivado del mismo o con un valor agregado se encontraría en dicha subclasificación.

Las exportaciones generan beneficios económicos puesto que no solo significan un incremento en el PIB, sino también generan puestos de trabajo al aumentar la producción y con esto necesitar más personal en la cadena de suministros, además de crear una sana competitividad entre los países productores de sachá inchi y generar mayores ingresos por venta de productos elaborados, entre otros.

Tabla 1. Exportaciones trimestrales en el Ecuador (2018-2020)

Exportación de bienes (Millones de dólares)									
BIENES Transacción / Período	Trimestres								
	2018-III	2018-IV	2019-I	2019-II	2019-III	2019-IV	2020-I	2020-II	2020-III
Petroleras	2.478,1	2.046,1	1.999,3	2.380,6	2.278,8	2.021,0	1.502,2	765,7	1.481,9
No petroleras	3.079,6	3.294,5	3.243,8	3.381,1	3.401,2	3.617,6	3.813,8	3.423,1	3.667,0
Tradicionales	1.814,8	1.982,3	1.953,7	2.091,6	2.091,1	2.201,4	2.309,9	2.235,4	2.017,7
Banano y plátano	727,8	801,0	876,9	829,1	748,7	840,4	1.055,0	948,2	856,2
Café y elaborados	19,3	22,0	14,3	17,5	23,3	25,1	11,2	17,0	17,3
Camarón	799,4	799,3	811,1	1.031,1	1.043,0	1.005,3	947,4	1.026,2	816,6
Cacao y elaborados	193,1	302,7	157,4	136,6	197,9	272,0	200,3	168,6	250,4
Pescado	75,2	57,3	93,9	77,3	78,1	58,6	95,9	75,3	77,2
No tradicionales	1.264,8	1.312,2	1.290,2	1.289,5	1.310,1	1.416,2	1.503,9	1.187,7	1.649,3
Exportaciones totales	5.698,3	5.468,0	5.362,7	5.877,4	5.801,2	5.732,5	5.392,5	4.224,8	5.202,4

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como podemos observar en la tabla 1, las exportaciones no petroleras del Ecuador hasta el tercer trimestre del año 2020 fueron mayores que las petroleras, mucho más en el segundo trimestre en el cual se muestra un total de 765.7 millones de dólares, cifra superada por mucho por las exportaciones no petroleras de la misma fecha. Pero cabe señalar que estas cantidades son alcanzadas en mayor parte por las exportaciones de una muy baja variedad de productos tradicionales como lo es el banano, café, camarón, y cacao, lo que es desalentador

pues este país posee una inmensa variedad en flora y fauna, y esto debería ser aprovechado de una mejor manera sobre todo con productos autóctonos.

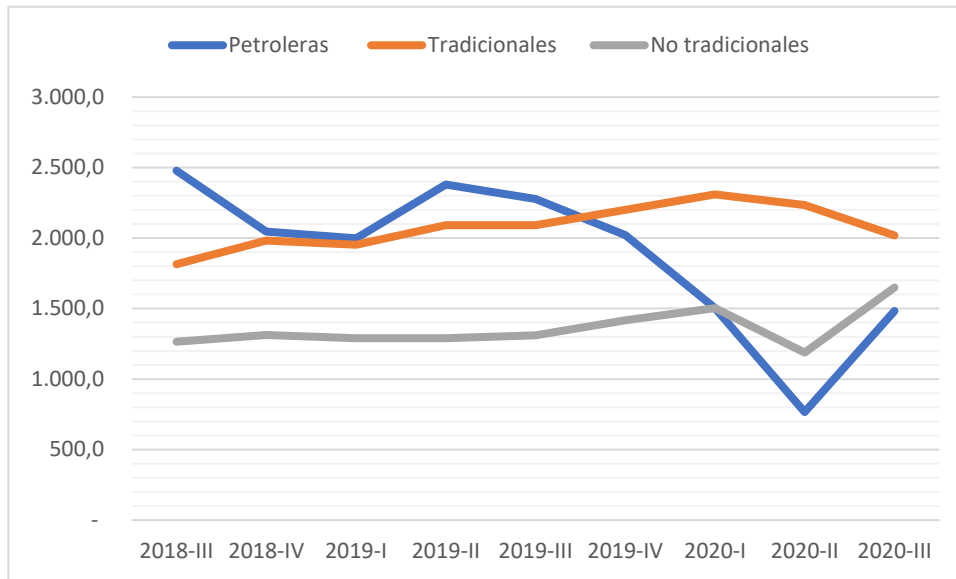


Gráfico 1. Exportación trimestral de bienes (Millón de dólares).

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

El Grafico 1 se señala la tendencia al alza de los productos no tradicionales, con un descenso en los primeros 2 trimestres del 2020 correspondientes al inicio de la pandemia del Covid-19 y en el último trimestre las exportaciones no tradicionales, llegan a superar en un margen de 3% a las exportaciones petroleras.

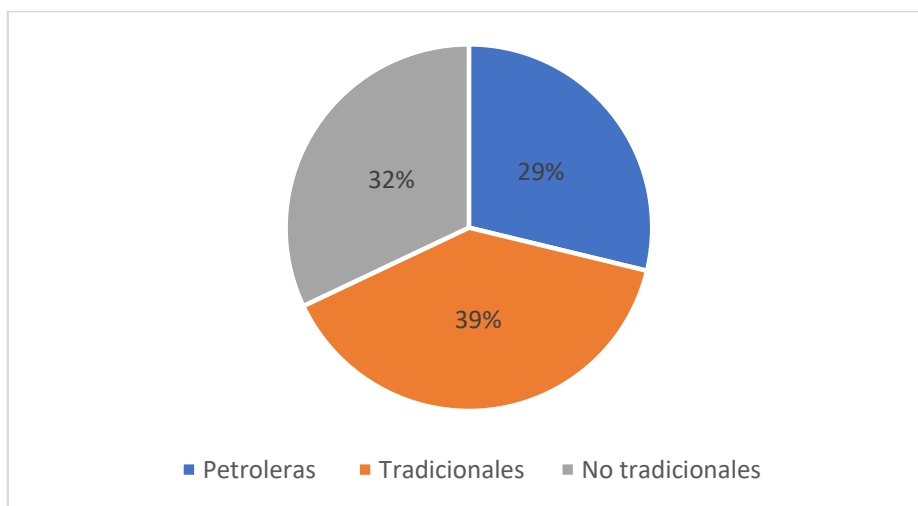


Gráfico 2. Exportaciones en el III trimestre del 2020.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autores

Las exportaciones no tradicionales, constituyen un pilar fundamental en la economía ecuatoriana, por esto es de vital importancia su incentivo para el bienestar de la economía, en el gráfico 2 las exportaciones totales de productos ecuatorianos se vieron distribuidas durante el tercer trimestre del año 2020, otorgando así un 32% a las exportaciones no tradicionales, un 29% a las exportaciones y finalmente un 39% a las exportaciones tradicionales.

Tabla 2. Principales productos no tradicionales en el Ecuador.

Exportaciones no tradicionales	
Primarios no tradicionales	Industrializados no tradicionales
Flores naturales	Jugos y conservas de frutas
Abacá	Harina de pescado
Madera	Enlatados de pescado
Productos mineros	Otros elaborados del mar
Frutas	Químicos y fármacos
Tabaco en rama	Vehículos y sus partes
Otros primarios	Otras manufacturas de metales
	Prendas de vestir de fibras textiles
	Otras manufacturas de textiles
	Manufacturas de cuero, plástico y caucho
	Maderas terciadas y prensadas
	Extractos y aceites vegetales
	Elaborados de banano
	Manufacturas de papel y cartón
	Otros industrializados

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Plusvalores Casa de Valores S.A.

Además de la subclasificación de las exportaciones no petroleras en productos tradicionales y no tradicionales existe otra para los productos no tradicionales de exportación como se observa en la tabla 2, de la cual se dividen en productos primarios y los industrializados, esto según la información brindada por el Banco Central del Ecuador.

En la actualidad existen algunas empresas ecuatorianas que se dedican a la exportación de aceite de sachá inchi y esta exportación se encuentra en la subclasificación

de productos industrializados no tradicionales, como se puede observar en la tabla 2, dentro de extractos y aceites vegetales.

Sachá inchi

Su nombre científico es “Plukenetia volubilis L” pero también posee otros nombres coloquiales como maní del inca, sachá maní, maní del monte o jibaro incluso también se la conoce como El Oro Inca por sus muchas propiedades para la salud, sus diversos nombres dependen del lugar en donde se

encuentre, es originaria del Perú de ahí su nombre principal pero en la actualidad también se la encuentra en Ecuador, Brasil, Colombia, entre otros países (Paucar, Salvador, Guillen, Capa, & Moreno, 2015)

Esta planta semi leñosa y rústica empieza su vida reproductiva cuando ya han pasado por lo menos ocho meses desde su siembra y puede alargar su vida entre unos siete u ocho años, posee frutos encapsulados que llegan a medir desde 4 a 5cm y su recolecta es cada quince días, como lo dice (Instituto de investigación de la Amazonia Peruana, 2009)

Diversos estudios reflejan que el sacha inchi posee muchas bondades medicinales, destacándose principalmente por su alta concentración en omega 3, 6 y 9 que lo diferencian de otros productos de similares características. Esta planta, como fue mencionado anteriormente, tiene la capacidad de adaptarse tanto a climas tropicales como frío, razón por la cual es cultivado en gran parte del territorio latinoamericano. En Ecuador, sin embargo, pese al cultivo de dicha planta en diversas provincias hace falta mayor interés en potenciar la oferta exportable del sacha inchi para de esa manera competir con Perú o Colombia.



Gráfico 3. Plukenetia volubilis (sacha inchi)

Fuente: AgroForum.pe

En el gráfico 3 se puede visualizar la semilla madura de sacha inchi junto a una semilla verde, la planta germina un fruto seccionado en 4 partes protuberantes donde se

encuentra alojado una semilla encascarada por una cubierta café maderada al momento en que el fruto está listo para ser cosechado y procesado.

Composición química del sacha inchi

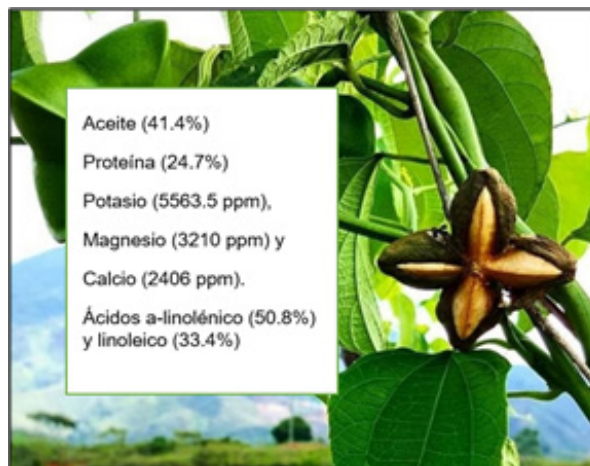


Gráfico 4. Composición química del sacha inchi

Fuente: Grasas y Aceites” International Journal

Elaborado por: los autores

Al momento de extracción del aceite de las semillas de sacha, se produce una cantidad del 97.2% de lípidos neutros, un 0.8% de fosfolípidos y provoca una disminución en los ácidos grasos del 1.2%. (Gutiérrez, Rosadab, & Jiménez, 2011)

Mediante estudios se ha logrado demostrar que dicha semilla contiene 48% de proteína fibra cruda y 52% de aceites esenciales como, por ejemplo: Grasas Insaturadas Ácidos Grasos, Omegas 3 (48%),6 (37%), 9 (9%) (Hanssen & Schmitz-Hübsch., 2011) obteniendo como resultado una mayor fuente de omega siendo esta una saludable oleaginosa apta para el consumo humano en comparación con diversas oleaginosas comestibles como se puede apreciar en la tabla 3:

Tabla 3. Características comparativas de semillas oleaginosas

Nutrientes	Sacha inchi	Oliva	Soya	Lino	Canola	Maní	Girasol	Algodón	Palma
Proteínas	33,00	1,60	28,00	26,00	21,00	23,00	24,00	32,00	0,00
Aceite total	54,00	22,00	19,00	35,00	49,00	45,00	48,00	16,00	0,00
Palmitico saturado	3,85	13,00	10,70	6,30	4,00	12,00	7,50	18,00	45,00
Esteárico saturado	2,54	3,00	3,30	2,50	2,00	2,20	5,30	3,00	4,00
Total, de saturados	6,00	16,00	14,00	8,80	6,00	14,00	13,00	21,00	49,00
Oleico monoinsaturado	8,28	71,00	22,30	19,00	56,00	43,30	29,30	18,70	40,00
Linoleica omega 6	36,80	10,00	54,50	14,00	15,00	36,80	57,90	57,50	10,00
Linoleica omega 3	48,60	1,00	8,30	58,00	10,00	0,00	0,00	0,50	0,00
Ácidos grasos esenciales	84,86	11,00	62,80	0,00	48,55	36,00	57,90	58,00	10,00
Total, de instaurados	93,60	83,00	85,10	91,00	92,60	80,10	87,72	76,70	50,00

Fuente: Agroindustrias Amazónicas (AA); Universidad Nacional Agraria La Molina (Unalm).

La comparativa nutricional entre las semillas oleaginosas muestra una importante presencia de proteínas dentro del aceite de sacha inchi, seguido del de semilla de algodón y teniendo al aceite de palma con una nula presencia proteica, de igual forma se aprecia que el aceite de sacha inchi posee los niveles más bajos de grasa saturadas conjunto con el aceite de canola y el de palma con los índices más altos de grasas saturadas, por último, se destaca nuevamente al sacha inchi por sus altos niveles de grasas esenciales y su abundante omega 3,6,9, nutrientes los cuales son escasos en la naturaleza y que son esenciales para el buen funcionamiento del cerebro.

Estudios en personas con hipertrigliceridemia han demostrado que los ácidos grasos m-3, cuando son consumidos por 12 semanas en concentraciones de 2, 3, y 4 g/día, inducen reducciones de 25,9%; 25,5% y 30,9%, respectivamente, lo que resulta estadísticamente significativo cuando se compara con la disminución de 4,3 % obtenida con aceite de oliva, siendo efectivo también para la reducción de colesterol no HDL y LDL, mostrando los beneficios de incorporar este tipo de ácidos grasos en el tratamiento de estos desórdenes (Alayon &

Echeverri, 2016).

Propiedades del sacha inchi

En este apartado se ha compilado información de varios estudios entre ellos los realizados por la empresa Ecuatoriana (Agroindustrias G2, 2019), que distribuye productos derivados del sacha inchi, además de los efectuados por la revista Alimentar Ya, por la ingeniera Andrea (Herrera, 2016), de igual forma los obtenidos por (Alayon & Echeverri, 2016), con los cuales aseveran que entre los principales beneficios del sacha inchi encontramos:

Medicinales

- Refuerza el sistema inmunológico
- Permite disminuir el colesterol malo
- Es un protector cardiovascular, disminuye el riesgo de sufrir infartos o problemas de nivel vascular
- Permite mantener en control los niveles de azúcar y triglicéridos
- Permite una mejor respuesta a la insulina
- Tiene cualidades antiinflamatorias

e inclusión del maní del inca como también es conocido. (Agroindustrias G2, s.f.)

Principales países productores de aceite de sachá inchi

La producción de sachá inchi se encuentra principalmente en países amazónicos debido a que es el territorio originario de esta planta. Las cifras de exportación del aceite de sachá inchi se encuentran mezcladas dentro de la partida arancelaria "151590000" en la que abarcan toda clase de aceites de origen vegetal como el de girasol, palma o aceite de oliva por lo que los datos tienden a ser inexactos en cuanto a la medición de las exportaciones de aceite de sachá inchi específicamente. Dicho esto, se ha obtenido información acerca del cultivo de la planta por medio de medios locales peruanos y colombianos respectivamente:

Perú. - En el vecino país Perú se encuentra una industria millonaria conformada por más de 60 empresas entre exportadores, procesadores y productores que se encargan de explotar este recurso (Andina, 2020).

Hasta septiembre del 2020 reportaba más de 6,4 millones de dólares FOB en comparación con 5,9 millones de dólares exportador en el año 2019 representando un aumento de más de 45% en comparación al año pasado (Agrodataperu, 2020).

Colombia. - "Actualmente, en Colombia se cultiva en varios departamentos, incluyendo Antioquia, Chocó, Caquetá, Meta, Amazonas, Cundinamarca, Putumayo, Nariño, Santander y Caldas" (CARDONA, 2018, p. 22).

La producción de esta semilla se da a baja escala. El principal departamento productor es Putumayo, alcanzando 20.5 toneladas año en 2014. En 2017 existen 500 hectáreas nuevas, que han sido promovidas por la asociación, lo que puede alcanzar una producción de 80 toneladas mensuales de semilla para el año 2018 (Omegasamazonicos, 2017).

Principales países demandantes de Sachá inchi a nivel mundial

Entre los principales países que importan sachá inchi en diversas presentaciones, ya sea desde la semilla hasta productos elaborados tenemos a Corea del Sur, Estados Unidos, Canadá, México y Alemania, esto según la revista digital (Con Nuestro Perú, 2018). Tal y como se muestra de manera más didáctica en el gráfico 6:



Gráfico 6. Países importadores de sachá inchi

Fuente: Prom Perú

Elaborado por: los autores

Análisis de mercados

Corea del Sur.- El ciudadano coreano recibe grandes cantidades de publicidad, principalmente televisada, por la cual llega a conocer la gran cantidad de beneficios que posee dicho aceite, así como su amplio espectro de usos dentro del sector cosmético, gracias a esto, es que en el primer trimestre del 2018 las exportaciones peruanas de sachá inchi tuvieron un aumento del 370% liderando de esa manera las importaciones globales de dicho producto durante ese año (el Economista América, 2018).

Tabla 4. Exportaciones de sacha inchi a Corea del Sur

Producto	Suma de Peso Neto(kg)		Suma de US\$ FOB	
	2017	2018	2017	2018
Semilla	48.760	284.169	595.096	3'311.616
Aceite	9.205	4.780	118.122	64.274
Harina	314	-	4.450	-
Total, general	58.279	288.949	717.668	3'375.890

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Autores

Para el año 2018 Corea del Sur adquirió el 79,36% del total de exportaciones de sacha inchi de Perú, ocupando el primer lugar como importador de estos productos según nos muestra la tabla 4.

Estados Unidos. -Consolidándose como el segundo mercado más importante, Estados Unidos incrementa su interés hacia la ingesta de comida saludable y nutritiva, esto ha favorecido al sacha inchi, ya que, si bien no representa grandes cifras para el mercado peruano, tiene altas posibilidades de incrementar su crecimiento a largo plazo, comparándolo con la quinua. La publicación de un artículo por el Dr. Paul Haider en 2015 catapultó la popularidad del sacha inchi en el mercado estadounidense representando una oportunidad para la exportación del mismo.

Grandes cadenas de supermercados como Whole Foods Market o Trader Joe's, entre otros, dedicados a vender alimentos saludables han puesto su interés por la compra y distribución de productos derivados del sacha inchi.

Dentro de este mercado se consume como: snacks (30%) aceite (30%) y harina (40%). Por lo que es fundamental que los exportadores aporten valor agregado para adaptar su oferta a las necesidades del perfil del consumidor norteamericano. (Gestión, 2016)

Japón. -Según estudios, más del 25% de la población japonesa será mayor a 60 años en el 2025 envejecimiento de la población, cifra alarmante ya que Japón afronta bajas tasas de natalidad y un ambiente el laboral extenuante que lleva a que gran parte de su población adulta (entre 35-45 años) presente relacionados con obesidad, hipertensión y diabetes, etc., lo que conlleva a una búsqueda de la sociedad por productos que mejoren salud, funciones motrices y mejore su metabolismo.

Dichos alimentos entran en una categoría denominada como "FOSHU" y son en gran parte de producción interna (té verde, algas, derivados de arroz), además de origen externo, estos últimos son importados en gran medida desde Europa o Asia (China principalmente). En lo que a Latinoamérica respecta existe poco conocimiento sobre sus productos por parte de los japoneses, aunque poco a poco se están dando a conocer dentro de su población. (SIICEX, 2014)

Acuerdos comerciales vigentes de Ecuador



Gráfico 7. Acuerdos Internacionales

Fuente: (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, s.f.)

Según la página web del Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca del Ecuador, nuestro país posee once acuerdos comerciales vigentes hasta la fecha, los mismos que permiten obtener beneficios arancelarios entre los países con los cuales se ha firmado dichos acuerdos, y por ende se facilita la capacidad de negociar entre ellos.

Siendo nuestro primer socio comercial, Estados Unidos, por otro lado, se encuentra en la primera fase de desarrollo de negociaciones para un acuerdo comercial bilateral con el Ecuador a finales del 2020, convenio el cual permitirá agilizar las relaciones comerciales para el fácil acceso a los mercados (FEDEXPOR, 2020).

China, siendo nuestro segundo socio comercial en materia de exportaciones no petroleras, no tiene restricciones especiales a las importaciones ecuatorianas, sin embargo por motivos de la pandemia, se han implementado controles especiales a las mercaderías procedentes de Ecuador como Camarón o Banano, a pesar de esto, Ecuador posee estrechas relaciones co-

merciales con China que pretende afianzar mediante un tratado comercial, a negociar una vez culmine la emergencia sanitaria (El Universo, 2020).

En el año 2019 Ecuador concretó 5 convenios de cooperación con Corea del Sur en el ámbito diplomático, energético, comercial, infraestructural, de seguridad marítima, y gestión del transporte. Todo esto con la intención de fortalecer y mantener las relaciones comerciales con el Ecuador (El Telegrafo, 2019).

Metodología

La presente investigación no experimental, se realizó basada en un enfoque cualitativo, ya que según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), nos indican que este tipo de enfoque nos permite recolectar información y luego analizarla delimitando una serie de preguntas específicas sobre la investigación, que quizás en el trayecto de la interpretación se desarrollen en nuevas preguntas. Es decir, este enfoque permite que podamos tener una imagen clara del desarrollo de esta investigación, analizando punto a punto las diversas interrogantes que se

presenten en el transcurso de la misma, las cuales permiten una mejor comprensión y análisis del tema.

Con el propósito de cumplir los objetivos de estudio planteados, se utilizaron métodos teóricos, específicamente el método histórico-lógico que con respecto a lo histórico se refiere al hecho de investigar y analizar una línea de tiempo del objeto de investigación, desde sus inicios hasta la actualidad, y en cuanto a lo lógico no es más que las conclusiones que se obtienen de lo histórico según nos dice (Jiménez & Pérez, 2017). Este método nos permitió adquirir la información necesaria sobre los orígenes de la semilla de sacha inchi, y su desarrollo en las distintas culturas, además de las propiedades que se han ido descubriendo con el tiempo de dicha planta.

Discusión y Resultados

Análisis de las exportaciones de Sacha inchi a nivel Mundial

“El aceite de sacha inchi como tal, no cuenta con una partida arancelaria especificada dentro del sistema armonizado de mercancías, sino englobada dentro de una subclasificación en la cual se encuentran por la subpartida arancelaria 151590000 q, sección III, capítulo 5” (Burbano & Noriega, 2015). Tal y como se indica en el siguiente gráfico.

Dentro de dicha partida arancelaria se encuentran constituidos todos los aceites de origen vegetal como, por ejemplo, aceite de macadamia y sus derivados, aceite de almendras, aceite de argán, aceite de jojoba, entre otros. Por el mismo motivo el cual su partida arancelaria es unificada a otros aceites, se vuelve complejo el obtener información precisa acerca las importaciones y exportaciones del aceite de sacha inchi como tal.

En la tabla 5 se ha considerado un listado de los principales países importadores de la partida arancelaria 1515 durante el año 2019 que hace referencia a “grasas y aceites vegetales fijos...” en ella podemos observar que Ecuador obtiene un considerable crecimiento en valores exportados entre el año 2015 al 2019 con el vecino país de Perú, que equivale a un porcentaje del 191%, en segundo lugar, esta Corea del Sur con un 69% y en tercero Estados Unidos con 45% de crecimiento de valores.

Sección III :	GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL
Capítulo 15 :	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal
Partida Sist. Armonizado 1515 :	Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 15159000 :	- Los demás

Gráfico 8. Subpartida arancelaria del sacha inchi

Fuente: (SENAE, 2020)

Tabla 5. Principales mercados importadores de la partida 1515 exportado por Ecuador en el año 2019

Importador	Valor exportado en 2019 (miles de USD)	Balanza comercial 2019 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2019	Crecimiento de la cantidad exportada entre 2015-2019 (%)	Crecimiento del valor exportado entre 2015-2019 (%)
Mundo	970	213	225	6	17
México	301	301	31		
Brasil	249	249	89	27	26
Estados Unidos de América	135	19	45	54	45
Colombia	125	-267	43	-17	-11
Canadá	56	56	4	-34	11
Alemania	28	5	3	-6	7
Corea del Sur	22	22	3	32	69
Reino Unido	22	18	5	-17	17
Países Bajos	17	17	2	19	8
Perú	9	9	1		191

Fuente: (TRADE MAP, 2019)

Elaborado por: Autores

Tabla 6. Evolución de las exportaciones del producto sacha inchi según sus principales mercados 2013 - 2017

Países	2013	2014	2015	2016	2017
Corea del Sur	9293,64	41004,91	19613,67	443002,32	5708188,63
Estados Unidos	511310,02	623451,88	1208957,96	1630971,16	1093896,33
Japón	386735,99	508488,71	797011,94	530201,89	800202,34
Francia	287698,04	160820,49	191332,49	157384,24	326374,28
Demás mercados	1387955,71	1825707,29	2314567,16	1292468,84	1066281,09

Fuente: Promperú

Elaborado por: Autores

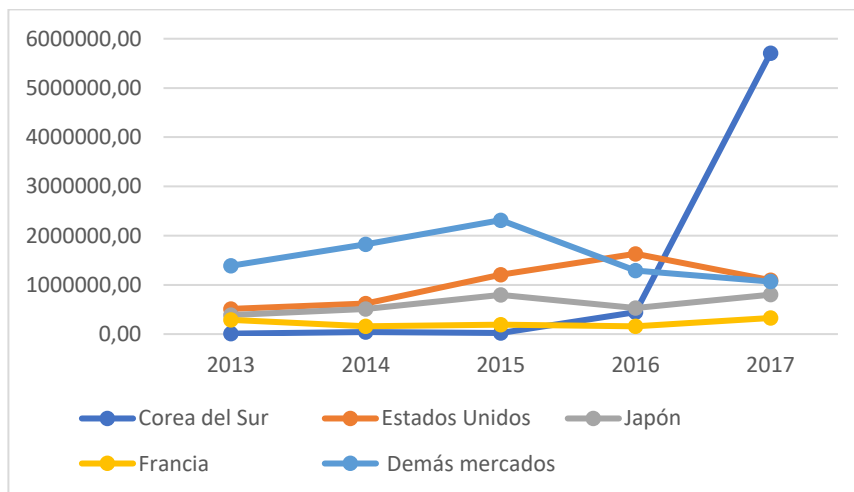


Gráfico 9. Evolución de las exportaciones del producto sacha inchi según sus principales mercados 2013 - 2017

Fuente: Promperú

Elaborado por: Autores

Rendimiento de la producción de sacha inchi

Para poder entender que es rendimiento podemos dejar en claro que es el término que se refiere a la proporción que existe entre un resultado de producción que se obtuvo en comparativa a los medios que se necesitaron para que se pueda lograr dicho resultado, otros autores consideran que rendimiento se refiere a la producción de un cultivo comparando con el área cosechada durante un periodo específico.

Como ya se expresó en los puntos anteriores Ecuador ha expandido en gran cantidad su producción de sacha inchi como materia prima ayudado de la mano del gobierno a través de programas, pero ¿Cuál es el rendimiento que se obtiene con la producción de sacha inchi?

Según el estudio de factibilidad presentado por (Briones, 2014), para ese año el rendimiento del sacha inchi es de un total de 284.5 toneladas cada año, solo con la producción de las principales provincias ecuatorianas que para ese entonces producían semilla de sacha inchi. Con esa estimación podemos hacer el siguiente cálculo:

Aproximadamente de cada kilo de semillas de sacha inchi se puede obtener 0.30 litros de aceite, y cada tonelada representa 1000 kilos entonces estamos hablando de 2845.500 kilos de semillas que a su vez serían 853650 litros de aceite por cada año según las consideraciones del mismo autor.

Hectáreas del Sancha Inchi	813
Rendimiento por hectárea	3500 kg (3.5 toneladas)
Rendimiento total	2' 845.500 kg
Rendimiento Litro/kg	0.30 litros
Rendimiento en litros totales	853650 litros
Densidad aceite de Sacha Inchi	0.93 kg (1 litro pesa 0.93 kg)
Rendimiento real del aceite	793,89 toneladas

Gráfico 10. Estimación de rendimiento

Fuente: (Briones, 2014)

De acuerdo al gráfico 10, una producción de 813 ha de sacha inchi rinde 3,5 toneladas de semillas por ha, el cual produce de manera total 783,89 ha totales.

Estrategia competitiva

Según (Chandler, 2003) "Una estrategia es la fijación de objetivos y metas esenciales a largo plazo en una empresa la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas y la implementación de cursos de acción."



Según (Ansoff, 1965) “La estrategia es un nexo compartido entre las relaciones producto-mercado y las actividades de la organización de modo que describan la particularidad de los negocios en que está la organización y los negocios que la organización planea para el futuro.”

“La estrategia es el arte de unificar todas las facetas del manejo de una organización en busca de una mayor competitividad.” (Sallenave, 1994).

Según los conceptos expuestos anteriormente se considera como una estrategia a la creación de un método para poder alcanzar una meta establecida, tomando en cuenta los diversos factores que intervendrán en ella es decir todos los recursos necesarios.

La situación geográfica de Ecuador lo posiciona como un país privilegiado pues mantiene variedad en su fauna y flora lo mismo que le permite ser un exportador innato de materia prima (Plus Valores, 2020). Ecuador es un país mundialmente reconocido por su calidad de productos de exportación tradicional como lo es el banano, el cacao, las flores, el camarón, entre otros, pero además posee una increíble variedad de productos con potencial a exportación, pero a causa de la falta de conocimiento de esta diversidad en otros países, estos productos no llegan a ser explotados a su máximo nivel de capacidad.

Es por esto que es necesario ejecutar un plan de acción en el cual se desarrollen varias estrategias que permitan dar conocimiento internacional de la existencia de estos productos no tradicionales.

Según (Acosta, Lopez, & Caronel, 2017) hay condiciones externas que se generan en los distintos mercados destino por lo cual las estrategias competitivas deben ser revisadas y ajustadas frecuentemente.

Estrategias de competitividad para exportación de aceite de sacha inchi

En la actualidad hay muchos países latinoamericanos que se dedican a la producción de sacha inchi y lo exportan hacia países que tiene una mayor producción de sacha los cuales utilizan esta materia prima para exportar productos elaborados, como por ejemplo el caso de Perú que es el país de origen del sacha inchi y que compra materia prima a países como Ecuador para una futura exportación de derivados de esta semilla (MAGAP, s.f.)

Este hecho al final termina siendo una pérdida de oportunidad para nuestro país porque vender una semilla a vender un producto elaborado tiene mucha diferencia en relación a las ganancias pues este es un producto en auge que no solo es utilizado en el sector de la salud por sus increíbles beneficios, sino también en la gastronomía y en el sector de la belleza.

Estrategia diferenciación. - Según (Deusto Formación, 2015) “la estrategia de diferenciación radica en ofrecer al mercado un servicio o producto de características similares al de otra empresa, pero con la peculiaridad de añadir ciertas características que hagan que el cliente lo perciba como único, y por tal motivo, lo adquiera a un valor superior”

La finalidad de la estrategia de diferenciación según (Carrio, La diferenciación como estrategia, 2006) es lograr que los potenciales clientes tengan una percepción que de que el producto es distinto para los otros por a o b motivo que obviamente tiene que ser escogidos a de acuerdo a su valoración y los elementos más frecuentes para ser diferenciados de otros productos es el diseño, el tamaño, material, y sobre todo la calidad del producto.

Según (Carrio & Consolacion, La diferenciación como estrategia, 2006) pueden haber varios niveles para las estrategias de diferenciación de las cuales en primer lugar tenemos a: la diferenciación de contenido, la cual se refiere a cambiar las características y los componentes; también se encuentra la de continente, ésta en cambio se refiere

re a que el producto adquiriera un contenido emocional; y por último la diferenciación de garantía que se trata sobre el tema de los precios, cambios en el valor agregado, entre muchas otras diferencias de este estilo.

Diseño: Las características físicas son una gran forma de diferenciación, en este punto una buena manera de generar impacto es saber combinar bien los colores de sobre todo los colores que influyen en la elección de alimentos como lo son el rojo, amarillo, y verde.

Para prevenir el envejecimiento del aceite y por ende mantener su calidad, la botella debe tener un color oscuro ya que esto le permite tener protección contra la radiación ultravioleta. Considerando esto podemos hacer una elección correcta de colores para la presentación adecuada. Una buena opción es tener un departamento de diseño propio.

Calidad: La mayor forma de ser diferenciados de la competencia es brindando un producto de calidad superior, en lo que respecta al sacha inchi, una de sus características es su distintivo y fuerte sabor de maní del monte, que hace que se considere un poco desagradable para ciertas personas, pero muchos de los productos que son ricos en omegas son de un olor o sabor desagradable, es por esto que se han creado capsulas de estos productos. Por otro lado, están las personas que, si aceptan este olor y usan el aceite día a día en sus comidas por ejemplo en las ensaladas, en este caso estas personas medirán más la calidad del producto por sus propiedades, o por si es 100% extra virgen, o quizás las combinaciones que contenga.

Es necesario asignar recursos para incrementar la calidad y lograr incrementar los efectos de factores diferenciadores como diseño de marca, promoción, marketing etc.

Marketing: La forma de saber llegar a los clientes también es una buena característica de diferenciación, esto dependerá mu-

cho más de a quién te diriges con tu producto, en este caso el aceite de sacha inchi al tener propiedades medicinales y de belleza tiene un amplio mercado entre jóvenes y adultos, incluso se podría decir en familias completas.

Una forma muy efectiva de hacer marketing eficaz y barato hoy en día es sabiendo utilizar bien las redes sociales pues están tan globalizadas que prácticamente todo el mundo se comunica a través de ellas, de las cuales las más populares son WhatsApp, Facebook, YouTube, Tic Tok, Instagram y Twitter, si se considera un factor común de estas redes a excepción de WhatsApp, podemos concluir que en todas hay “influencers” en diversas áreas, entonces una buena opción de publicidad podría ser pagar por publicidad desde las cuentas de estas personas; otra opción es realizando un “challenge” y otorgando algún tipo de premio, entre muchas otras alternativas, todo esto considerando que la pagina mantenga en vanguardia su perfil en estas redes sociales.

Conclusiones

- Las exportaciones no tradicionales representan el segundo pilar más importante dentro de la economía del Ecuador, es por este motivo que incentivarlas mediante propuestas innovadoras resulta una contribución innegable en el desarrollo de las mismas, principalmente con productos autóctonos cultivados en Ecuador que generen propuestas distintas para una alimentación saludable.
- El sacha inchi es un producto nuevo, el cual se ha hecho conocer paulatinamente por los consumidores a lo largo del mundo y su tendencia de consumo va en aumento año tras año gracias a que es un producto natural, orgánico con propiedades inigualables, pese a esto es necesario continuar con la labor de mercadotecnia para incentivar su conocimiento y consumo en el exterior.

- Si las empresas o asociaciones quieren ser competitivas en mercados internacionales, deben diversificar su oferta exportable y pasar de la exportación exclusiva de materia prima a aprovechar la variedad de productos derivados que se pueden obtener de ésta, inclusive si dichas organizaciones ya cuentan con producción o exportación del aceite de esta semilla, deberían considerar la elaboración alternativa de productos derivados como snacks , cosméticos, productos de aseo personal , encapsulados , bebidas, entre otros, como una propuesta de diferenciación dentro de los mercados y a su vez empezar a crear una marca nacional que diferencia la procedencia del sachá inchi peruano con el nacional.
- Con alrededor de 500 hectáreas y una predominante presencia de cultivo en provincias de la costa y amazonia en el 2018, Ecuador explota este recurso que se adapta a la mayoría de climas presentes en el país, por este motivo es importante que los agricultores soliciten al gobierno brindar la facilidad para la producción de la semilla además de la ejecución de planes de trabajo en los cuales se brinden capacitaciones sobre la producción de derivados de sachá inchi y asesoramiento hacia las asociaciones para que puedan empezar a exportar este producto.
- Dentro de los mercados internacionales existe una gran demanda creciente en estos últimos años, dicha tendencia no parece disminuir, entre los cuales se destaca Corea del Sur y Estados Unidos como los principales demandantes de este producto, con lo cual se aconseja no descartar estos países de destino al momento de elaborar un plan de exportación.
- Estados Unidos no posee tratados comerciales vigentes que faciliten la importación de aceite de sachá inchi

ecuatoriano dentro de su territorio, esto a pesar de ser el nuestro principal socio comercial junto con China. Sin embargo, A finales del 2020 se llevó a cabo la primera fase para la concesión de un acuerdo comercial entre ambos países, estrechando cada vez más las relaciones comerciales entre ambos países.

- Corea del Sur es el principal importador de Sachá Inchi a nivel mundial, además de ser uno de nuestros principales socios comerciales asiáticos junto con Japón y China en materia de importaciones, teniendo como principales productos de importación al Pescado y camarón, entre otros, con lo cual es importante fortalecer las relaciones comerciales mediante convenios que fomenten las relaciones bilaterales y garanticen un comercio justo en igualdad de condiciones como se realizó en 2019.
- Con respecto a conectividad logística, el transporte terrestre en Ecuador se constituye como la principal vía de transporte pues el país posee un alrededor de 9737Km de vías pavimentadas lo que trae consigo beneficios para el transporte interno, además posee tres aeropuertos con terminales internacionales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Manta; y en lo que corresponde a transporte marítimo cuenta con siete puertos estatales y diez privados especializados.

Bibliografía

- Acosta, M., Lopez, M., & Caronel, V. (2017). Estrategias de Marketing para el Ecuador. ESPACIOS .
- Agrodataperu. (28 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/2020/10/grasas-y-aceites-vegetales-aceite-sacha-inchi-aceite-palta-peru-2020.html>
- Agroindustrias G2. (2019). Agroindustrias Ecuador G2. Obtenido de BENEFICIOS DE WIRA THANI (ACEITE DE SACHA INCHI) EN LA SALUD Y NUTRICIÓN HUMANA: <https://agroindustriasg2.com/beneficios-del-aceite-de-sacha-inchi/>
- Agroindustrias G2. (s.f.). AgroECG2. Obtenido de <https://agroindustriasg2.com/quienes-somos/>

- Alayón, A. N., & Echeverri, I. J. (junio de 2016). Obtenido de Scielo: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182016000200009
- Alayon, A., & Echeverri, I. (Junio de 2016). Revista SCIELO. doi:10.4067/S0717-75182016000200009
- Andina. (8 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-joya-amazonica-produccion-sacha-inchi-mejorara-innovadora-tecnologia-peruana-816846.aspx>
- Ansoff, I. (1965). *The Corporate Strategy*. New York: Mc Graw Hill.
- Briones, M. (06 de 2014). Repositorio de la Universidad Católica . Recuperado el 2021 de 2 de 04, de Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2221/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-60.pdf>
- Burbano, P., & Noriega, L. (2015). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL. Obtenido de Repositorio UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/3305/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-161.pdf>
- CARDONA, J. S. (2018). doi:13192023
- Carrío, J. (11 de 2006). La diferenciación como estrategia. *MK Marketing+ Ventas*, 52. Obtenido de <https://app.utmachala.edu.ec/siutmach/public/seguridades/contenedor/index>
- Carrío, J., & Consolacion, C. (11 de 2006). La diferenciación como estrategia. *MK Marketing Ventas* N° 218, 56. Obtenido de <http://pdfs.wke.es/9/6/0/4/pd0000019604.pdf>
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure*. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books.
- Con Nuestro Perú. (25 de 05 de 2018). Con Nuestro Peru, revista digital. Obtenido de <https://www.connuestroperu.com/economia/57082-el-79-de-las-exportaciones-de-sacha-inchi-se-dirige-a-corea-del-sur>
- Deusto Formación. (08 de 01 de 2015). Deusto Formación. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/que-es-emprendimiento-social>
- el Economista América. (24 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/9160313/05/18/El-79-de-las-exportaciones-de-sacha-inchi-se-dirige-a-Corea-del-Sur.html>
- El Productor . (16 de 03 de 2018). *El Productor*, periódico del campo . Obtenido de <https://elproductor.com/2018/03/productores-de-sacha-inchi-en-el-oro-crean-su-primera-asociacion/>
- El Telegrafo . (28 de 10 de 2020). *Periodico El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos/1/emprendimientos-que-aportan-al-cambio-de-la-matriz-productiva>
- El Telegrafo. (10 de Abril de 2015). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/85-agricultores-cultivan-el-llamado-aceite-de-los-incas-en-napo>
- El Telegrafo. (7 de Mayo de 2019). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/leninmoreno-leenakyon-coreasur-carondelet>
- El Universo. (30 de Enero de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/30/nota/7714992/exportaciones-acuerdo-coronavirus-china-ecuador-camara-comercio/>
- FEDEXPOR. (09 de Diciembre de 2020). Obtenido de <https://www.fedexpor.com/el-acuerdo-comercial-de-primera-fase-con-estados-unidos-y-el-inicio-de-una-negociacion-bilateral/>
- Flores, D. (31 de Agosto de 2010). *Promperu*. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1371/Uso_historico_sacha_inchi_2010_keyword_principal.pdf?sequence=1
- Gestión. (07 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/sacha-inchi-perspectivas-exportacion-ee-uu-quinua-117028-noticia/?ref=ges>
- Gutiérrez, L., Rosadab, L., & Jiménez, Á. (2011). Chemical Chemical composition of Sacha Inchi (*Plukenetia volubilis* L.) seeds and characteristics of their lipid fraction. *Grasas y Aceites*, international journal of food and oils, 76.
- Hanssen, H. P., & Schmitz-Hübsch., M. (2011). uts and seeds in health and disease prevention. En *Sacha inchi (Plukenetia volubilis L.) nut oil and its therapeutic and nutritional uses* (págs. 991-994). Academic Press.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. En D. R. Sapiere, & M. I. Martínez (Ed.), *Metodología de la investigación* (Sexta ed., pág. 600). México Df, Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Recuperado el 10 de 02 de 2021, de file:///C:/Users/jxnxt/OneDrive/Escritorio/universidad/10mo/dise%C3%B1o%20de%20proyecto/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%206ta%20EDICION.pdf

- Herrera, A. (21 de 03 de 2016). Alimentar Ya. Obtenido de CORPORACIÓN CODAN CÍA. LTDA.: <http://alimentosecuador.com/2016/03/21/el-redescubrimiento-del-sacha-inchi/>
- Instituto de investigación de la Amazonia Peruana. (2009). Instituto de investigación de la Amazonia Peruana. Obtenido de IIAP: <http://www.iiap.org.pe/Upload/Publicacion/PUBL817.pdf>
- Jiménez, A., & Pérez, A. (01 de 07 de 2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios, 82, 82. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- MAGAP. (2014). Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-produccion-de-sacha-inchi-en-el-oro/>
- MAGAP. (11 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/napo-productores-de-sacha-inchi-aprenden-a-industrializar/>
- MAGAP. (s.f.). Ministerio de Agricultura y Ganadería . Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-produccion-de-sacha-inchi-en-el-oro/#>
- MAGAP. (s.f.). Ministerio de Agricultura y Ganadería . Obtenido de En Archidona y Tena agricultores viven de la comercialización de Sacha Inchi: <https://www.agricultura.gob.ec/en-archidona-y-tena-agricultores-viven-de-la-comercializacion-de-sacha-inchi/>
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (s.f.). Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. Recuperado el 2020 de 02 de 28, de <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/>
- Omeegasamazonicos. (2017). Obtenido de https://www.academia.edu/34205130/_PLAN_DE_EXPORTACIONES_DE_ACEITE_SACHA_INCHI
- OMS. (2018). Obtenido de https://www.who.int/nutrition/globalnutritionreport/2018_Global_Nutrition_Report_Executive_Summary_sp.pdf?ua=1
- Paucar, L., Salvador, R., Guillen, J., Capa, J., & Moreno, C. (2015). Estudio comparativo de las características físico-químicas del aceite de sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L.), aceite de oliva (*Olea europaea*) y aceite crudo de pescado. Scielo.
- Plus Valores. (2020). Plus valores. Obtenido de Casa de valores: <https://plusvalores.com.ec/wp-content/uploads/2020/08/Exportaciones-no-tradicionales.pdf>
- Plusvalores. (17 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://plusvalores.com.ec/exportaciones-no-tradicionales-del-ecuador/#:~:text=Escrito%20en%2017%20agosto%2C%202020%20.&text=Los%20primeros%20son%20aquellos%20que, en%20la%20historia%20del%20pa%C3%ADs.>
- Sallenave, J. P. (1994). La Gerencia Integral. Miami: Norma.
- SENAE. (2020). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/>
- SIICEX. (2014). Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/343203741rad1B6FC.pdf>
- TRADE MAP. (2019). International Trade Centre. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c410%7c%7c%7c1515%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Verdugo Morales, N., & Andrade Díaz, V. (Agosto de 2018). X-Pedientes Económico. Obtenido de https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/43/16

CITAR ESTE ARTICULO:

Rodríguez Alarcón, J. I., Vega Helguero, K. I., & Solorzano Solorzano, S. S. (2021). Aceite de Sacha inchi: potenciador de exportaciones no tradicionales en el Ecuador. RECIAMUC, 5(1), 491-510. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(1\).ene.2021.491-510](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(1).ene.2021.491-510)



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.