

**OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA  
COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA  
PROVINCIA DEL CARCHI  
ECUADOR**

(Entregado 01/07/2015– Revisado 04/09/2015)



**Jesenia Pilar  
Pozo Cando**

Ingeniera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Suficiencia en el Idioma Inglés otorgado por el Centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) – Ecuador  
jesenia.pozo@gmail.com

***Resumen***

*La presente investigación se basa en el estudio de la higuierilla o ricino como producto de exportación no tradicional, a través del análisis de las oportunidades de mercado internacionales para la comercialización de (poner el nombre científico de la planta) higuierilla desde la Provincia del Carchi- Ecuador, estableciendo la demanda insatisfecha del producto y estructurando un estudio de factibilidad para su exportación, tomando en cuenta que es considerado una maleza en la provincia por el desconocimiento de los beneficios que pueden generarse con su procesamiento e incluso con la comercialización de la semilla sin ningún proceso de transformación. A partir de las potencialidades que tiene para la producción de aceite vegetal, de alto volumen biológico e industrial, su fácil producción y obtención en las condiciones edafoclimáticas del Ecuador, se parte del presupuesto de las posibilidades para su producción en cantidades suficientes, así como su comercialización segura en el mercado internacional. Se concluye que el país reúne las condiciones necesarias para su explotación, procesamiento industrial de la planta y su comercialización.*

***Palabras Clave:*** Higuierilla, Comercialización, Mercados Internacionales

### *Abstract*

*This research is based on studying the castor oil plant (higuerilla) as non-traditional export product, by the analyzing of the international opportunities market for the commercialization of castor oil plant of the Carchi province in Ecuador, establishing the unmet demand for the product and structuring a feasibility study for export, taking into account that this product is considered a weed in the province by the ignorance of the benefits of the product with the processing and the marketing of the seed without any process of transformation.*

**Keywords:** *Castor, Marketing, International Markets*

## **1. Introducción**

En el Ecuador (poner el nombre científico de la planta) higuerilla ha sido considerada una plaga a lo largo de muchos años, por tal motivo los agricultores se han dedicado a destruir las plantas que han crecido para colocar cultivos de productos tradicionales, sin embargo en Colombia ya se han desarrollado algunos estudios acerca de esta planta, uno de ellos se refiere al comportamiento eco fisiológico de variedades de higuerilla para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agro- ecosistemas colombianos, el cual detalla la producción de tres especies de higuerilla en diferentes zonas; entre las cuales tienen un clima cálido, templado y clima frío, además, de acuerdo a un plan de negocios para el cultivo de higuerilla en el Municipio de Balboa, fueron analizados datos de mercado y comercialización de este producto, realizando un estudio de los costos y gastos que se generan por hectárea.

La higuerilla es una planta oleaginosa que sirve para la creación de muchos productos, el principal es el biodiesel que en algunos países, en especial Colombia, Argentina y España se está impulsando el consumo del mismo mezclado con diésel carburante, buscando así la protección del medioambiente y una alternativa para dejar de ser dependientes del petróleo, por otra parte, el consumo del biodiesel para el parque automotor no dificulta el funcionamiento normal del vehículo, por el contrario lo mejora, además, en los países de estudio antes mencionados se han creado leyes que incentivan la producción de biodiésel, pero en Colombia es donde tiene mayor relevancia el tema porque es ahí donde se han realizado mayores investigaciones para la producción del mismo a base de bienes no comestibles como la higuerilla, con el fin de no desabastecer al mercado de dichos productos debido a que en la mayoría de países incluyéndolo, se produce el biodiesel a base de soya, semillas de girasol, aceite de palma, entre otros.

Por otra parte, en el Carchi la higuerilla, es un producto nuevo en el mercado pero necesita de investigación para demostrar su factibilidad de exportación, dicha investigación podrá abrir nuevos caminos a las asociaciones de la provincia para que no dependan de productos tradicionales que al momento de su comercialización implican un riesgo

inminente porque no hay un precio constante de venta que genere ganancias, brindando con los datos obtenidos una alternativa de producto con el cual puedan obtener un ingreso seguro y precio estable, además, se puede instituir la iniciativa para la creación de empresas productoras de biodiesel en el país, que permitan no solo exportar materia prima sino, por el contrario exportar un producto terminado.

## **2. Materiales y métodos**

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, cualitativo porque permite estudiar las características y cualidades de la higuera, sus utilidades, ventajas y desventajas para su comercialización y cuantitativo mediante el cual se cuantificarán los resultados de la investigación en tablas y gráficos comparativos, además, se utilizó una modalidad de investigación de campo para estudiar los hechos sistematizados en el lugar en el que se producen, en este caso, se aplicaron los instrumentos de investigación y documental porque a través de ella se puede sistematizar información primaria y secundaria que sustentó la presente investigación.

Por otra parte, se realizó una investigación exploratoria, que consiste en la búsqueda de información referente al tema como antecedentes, características, origen, producción y proyección, utilizando también la investigación descriptiva determinando las características del proyecto e identificando las particulares esenciales para la comercialización como son los gustos y preferencias del cliente, la periodicidad de compra del producto, el tipo de higuera de preferencia, los competidores, la legislación de los países ofertantes y demandantes, restricciones acerca de la importación de higuera y de esta manera hacer que la investigación tenga un rumbo determinado hacia la exportación de la higuera al país más apto para su comercialización, de igual manera se utiliza la investigación explicativa que permitió dar explicación de los fenómenos que se presenten en la investigación que permitió identificar las causas que los provocan.

## **3. Resultados y discusión**

De acuerdo al análisis de la política comercial de los mercados alternativos, se ha establecido los acuerdos comerciales que tiene cada país con Ecuador, buscando así, la mejor opción para la exportación de la higuera, en la tabla 1 que se encuentra a continuación se ilustra los tratados comerciales del país de origen con Colombia en donde aparece el tratado de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) a la que los dos países pertenecen y es el de mayor beneficio para la exportación a través de la liberación de aranceles con la presentación del certificado de origen, con Argentina a través del tratado de libre comercio del país de origen y terceros con MERCOSUR, donde existen múltiples partidas arancelarias que se han beneficiado, pero no está incluida la partida arancelaria de la higuera y con relación a España se encuentra en negociaciones con el país de origen pero dichos convenios solo benefician a productos específicos, en donde no está incluido el presente estudio.

**Tabla 1: Política Comercial Mercados Alternativos**

Colombia	Argentina	España
Comunidad Andina (Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia)	Tratado de libre Comercio Colombia, Ecuador, Venezuela y MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	En negociaciones para firmar convenios comerciales (CAN-UE)

**Fuente:** (SICE, 2014)

Con lo mencionado y a través de la tabla 2 que se encuentra a continuación se puede identificar los aranceles que tiene la higuierilla en cada país al que se puede exportar desde Ecuador, teniendo para Colombia un arancel del 15%, estableciéndose como el más elevado de los países analizados, le sigue Argentina con el 8% y España que se encuentra exento del pago de dicho arancel, con lo antes mencionado a pesar de que Colombia tiene un alto arancel se libera del pago del mismo con la presentación del certificado de origen de acuerdo a la Decisión 416 de la Comunidad Andina que manifiesta que las mercancías originarias de acuerdo a las normas de origen establecidas, gozarán del Programa de Liberación, independientemente de la forma y destino del pago que realice el país importador.

**Tabla 2: Barreras Arancelarias Mercados Alternativos**

Colombia	Argentina	España
1207 30 90 Arancel Externo Común 15% Acuerdo de Cartagena 0%	1207 30 90 Advalorem 8%	12 07 30 00 Exención

**Fuente:**(DIAN, 2012)/(ALADI, 2012)/(Diario Oficial de la Unión Europea, 2012)

En cuanto a la situación del biodiesel en los mercados alternativos (ver tablas 3 y 4) se ha logrado determinar que si existe producción y consumo en los países analizados, además, existe exportación del producto con una demanda constante del mismo y el país mayor productor de biodiesel es Argentina que lo realiza a base de soja y no posee investigación para la obtención de biodiesel a partir de productos que no sean de consumo humano, por otra parte, en España la situación para su producción es muy difícil por los altos aranceles a la materia prima de consumo humano para la fabricación del , es por tal motivo que este país lo importa, en especial de Argentina, la cual consume una cierta cantidad y su excedente lo exporta y en el caso de Colombia consume casi la totalidad del biodiesel producido y solo su excedente es exportado, ocurriendo que la mayor cantidad de su

## OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI - ECUADOR

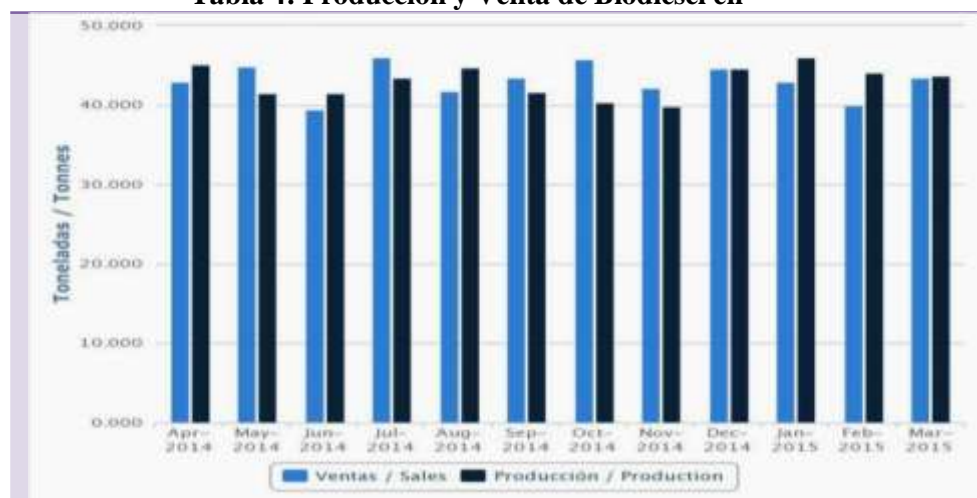
producción es a base de aceite de palma africana pero existen investigaciones y estudios para producirlo a base de otros bienes como higuerilla, corza, aceites vegetales, etc.

**Tabla 3: Situación de Biodiesel en Mercados Alternativos**

		Colombia	Argentina	España
<b>Producción Toneladas</b>	<b>2011</b>	508 000	2 500 000	647 199
<b>Consumo Interno Toneladas</b>		431 345,57	700 000	1 632 782
<b>Exportaciones Toneladas</b>		7,65	1 700 000	225.813, 21

**Fuente:** (Flores, 2012)/(CARBIO, 2011)/(COBUSGROUP, 2011)/(Muñoz,2013)

**Tabla 4: Producción y Venta de Biodiesel en**



**Fuente:** (Fede Biocombustibles,2015)

Por su parte en los países de análisis (Tabla 5) existen leyes de incentivo a la comercialización de biodiesel, por ejemplo en Colombia existe la ley 939 que da el impulso a la producción del mismo y la ley COMPES 3510 la cual establece que se debe realizar más investigaciones y formas de aumentar el consumo mezclado con diésel carburante. Por otra parte, Argentina establece leyes para la producción y consumo del producto y el aumento de mezcla con el diésel carburante al 7% y España ha implementado leyes que determinan su consumo del 5% al 10% , todos estos países buscan la producción y consumo del mismo en su mayor parte de bienes tradicionales y muy pocos utilizan los no tradicionales, que pueden abrir una oportunidad de mercado como lo hace Colombia que no es muy grande la producción, pero si es la demanda muy extensa para poder realizarlo.

**Tabla 5: Leyes que incentivan al consumo de biodiesel en mercados alternativos**

<b>Colombia</b>	<b>LEY 939 de 2004</b> , Exceptúa del pago de tributos e incentiva la producción de biocombustibles a partir de aceites vegetales y animales para uso de motores a diésel en Colombia por un periodo de 10 años. <b>CONPES 3510 / Marzo del 2008</b> , (Lineamientos de Política Para Promover la Producción Sostenible de Biocombustibles en Colombia).
<b>Argentina</b>	<b>Ley 26093 (2006)</b> , Régimen de Regulación y Promoción para la promoción y uso sustentable de biocombustibles. Resolución 7/2010, mediante la cual establece el abastecimiento del mercado interno y sus precios. <b>Resolución 554/ 2010 Julio</b> , por la cual establece el aumento del biodiesel en el diésel del 7%. <b>Resolución 56/2012</b> , en la cual se ratifica el abastecimiento del mercado interno y los precios.
<b>España</b>	<b>Ley 34/1998 del Sector de Hidrocarburos (LSH)</b> , es una de las principales leyes que fomentan el consumo de biodiesel con un objetivo de consumo 5, 83% a partir del 2010 de acuerdo al Plan de Energías Renovables. <b>Real Decreto Ley 6/2000</b> , promueve la utilización de los biocombustibles y se crea la Comisión para el uso de los biocombustibles. <b>Real Decreto 61/2006</b> , incorporación de hasta el 5% de biodiesel y bioetanol en combustibles carburantes con fines de transporte sin la obligación de dar especificaciones al consumidor. <b>Real Decreto Legislativo 4/2004</b> , donde permite la deducción del 10% de las inversiones realizadas en activos con el aprovechamiento de productos agrícolas, forestales o aceites usados para su transformación en biocarburantes.

**Fuente:**(Ministerio de Minas y Energía, 2004)/ (Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2010)/ (Carlos, 2012)/ (Lozano, 2009)

Además, a través de la aplicación del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), se ha determinado la situación socioeconómica, política, legal y geográfica de Colombia, España y Argentina (Tabla 6), logrando así establecer sus oportunidades y amenazas, con las cuales mediante una ponderación y promedios se ha obtenido el país más idóneo para la comercialización de higuera, con el porcentaje más elevado y una situación más estable. (Tabla 6).

**Tabla 6: Resultado del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)**

	COL	MBIA	ARGENTINA		ESP ÑA	
	O	A	O	A	O	A
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>	2,17	2,00	1,50	3,00	2,33	1,00
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	3,00	1,00	2,00	3,00	1,00	2,00
<b>FACTORES LEGALES</b>	3,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00
<b>FACTORES GEOGRÁFICOS</b>	1,00	0,00	2,00	0,00	3,00	0,00
<b>SUMA</b>	<b>9,00</b>	<b>3,00</b>	<b>6,40</b>	<b>6,00</b>	<b>8,60</b>	<b>3,00</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,25</b>	<b>0,75</b>	<b>1,60</b>	<b>1,50</b>	<b>2,15</b>	<b>0,75</b>
<b>(Oportunidad-Amenaza) SALDO</b>	<b>1.54</b>		<b>0.13</b>		<b>1.33</b>	

Por ende como se observa en la tabla 7, Colombia, tiene conocimiento sobre la utilización de higuierilla en la producción de biodiesel, dispuesta a adquirir gran cantidad del producto teniendo un consumo de higuierilla muy elevado, debido a que es un bien del cual se puede obtener múltiples derivados.

**Tabla 7: Consumo nacional aparente de higuierilla en Colombia.**

Años	HIGUERILLA	
	C. N. A. (KG)	C.N.A (TN)
<b>2010</b>	1.276.697,79	1.276,70
<b>2011</b>	1.457.763,60	1.457,76
<b>2012</b>	1.684.695,70	1.684,70
<b>2013</b>	2.025.712,39	2.025,71
<b>2014</b>	1.582.596,18	1.582,60

**Fuente:** (Cobusecuador)/ (Mesa & Londoño, 2009, p 26)

#### 4. Conclusiones

- La exportación de higuierilla es importante para un país por ser un producto no tradicional, además en los países de análisis se han establecido leyes de incentivo de consumo de biodiesel producto terminado de la higuierilla y se ha establecido porcentajes de consumo mezclados con diésel carburante, estableciéndose así una demanda muy elevada de este servicio.

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI - ECUADOR

- Los tratados de libre comercio han beneficiado la comercialización de múltiples productos, en los convenios de Ecuador con Argentina, Colombia y España lo que ha permitido que se obtenga una oportunidad de negocios para su comercialización, pero para el caso de la higuera solo ha dado fruto el tratado con Colombia lográndose liberar del cien por ciento de su arancel.
- La producción de biodiesel en los países analizados se realiza a base de productos comestibles como soja, semilla de girasol, aceite de palma como los principales y casi no se realiza investigación para la obtención de biodiesel a base de productos no tradicionales como la higuera.
- La producción de biodiesel en Colombia a base de higuera no es muy elevado porque no existe suficiente producto en el mercado que permita satisfacer la demanda existente, es por tal motivo que se utiliza bienes comestibles como el aceite de palma para su fabricación.

## 5. Recomendaciones

- Se debe realizar la investigación de productos no tradicionales y las oportunidades de negocios que estos generarían tanto a nivel nacional como internacional, para tener una economía basada no solo en el cultivo de productos conocidos sino en el experimento con productos que pueden generar menores costos y mayores ganancias con su cultivo, como la higuera.
- Para los países de estudio es de gran importancia conocer los tratados que existan entre el país de origen y el de destino para poder obtener los mayores beneficios con la aplicación de los mismos.
- Los países tanto analizados como todos aquellos que se dediquen a la producción y comercialización de biodiesel deben realizar múltiples investigaciones para la obtención de este producto a base de servicios como la higuera, corza, entre otros, que no son de consumo masivo para el ser humano e incluso que puedan ayudar también a que se reduzca la contaminación ambiental como el aceite de cocina utilizado.

## 6. Referencias bibliográficas:

- Córdova, O. (2012). Ciencias Agrarias. *Comportamiento ecofisiológico de variedades de higuera (Ricinus communis L.) para la producción sostenible de aceite y biodiesel en diferentes agroecosistemas colombianos*. Medellín, Colombia.
- Rodríguez, D., & Duque, J. (2010). Ciencias Ambientales. *Plan de Negocios Para el Cultivo de Higuera, Estudio de Caso Municipio de Balboa (Risaralda)*. Colombia.



OPORTUNIDADES DE MERCADO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HIGUERILLA DESDE LA PROVINCIA DEL CARCHI - ECUADOR

- SICE. (2014). *Sistema de Información Sobre Comercio Exterior* hoy en [http://www.sice.oas.org/sitemap\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/sitemap_s.asp)
- DIAN. (2012). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales* hoy en <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>
- Diario Oficial de la Unión Europea. (2012). Hoy en [http://www.agenciatributaria.es/static\\_files/AEAT/Aduanas/Contenidos\\_Privado s/Intrastat/nc\\_2013.pdf](http://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Aduanas/Contenidos_Privado s/Intrastat/nc_2013.pdf)
- ALADI. (2012). *Sistema de Información de Comercio Exterior* hoy en [http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel\\_vigente\\_item\\_arancelario\\_resultado.seam?retorno=tree&cid=3418](http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel_vigente_item_arancelario_resultado.seam?retorno=tree&cid=3418)
- Flores C. 2012 *“El potencial de la Bioeconomía para Colombia” Programa Nacional de Biodiésel de Palma en Colombia y potencial energético de la Palma de Aceite* hoy en [http://www.bioeconomy-alcue.org/bioeconomy/doc/Fedepalma\\_COsorio-Florez.pdf](http://www.bioeconomy-alcue.org/bioeconomy/doc/Fedepalma_COsorio-Florez.pdf)
- CARBIO, 2011 *Industria Argentina de Biodiesel: Actualidad y Perspectivas* hoy en <http://sustentator.com/jornada2012/pres/En2-Carbio.pdf>
- ⓧ COBUSGROUP, (2011) *Exportaciones de Biodiesel Colombiano* hoy en [http://www.cobusecuador.ec/html2/busca\\_colexp\\_adv.html](http://www.cobusecuador.ec/html2/busca_colexp_adv.html)
- Muñoz P. (2013) *Estudio Técnico- Económico de una Planta de Producción de Biodiesel* hoy en [http://oa.upm.es/15047/1/PFC\\_Paloma\\_Munoz\\_Baena.pdf](http://oa.upm.es/15047/1/PFC_Paloma_Munoz_Baena.pdf)
- Ministerio de Minas y Energía, (2004) *Ficha Técnica de la Norma* hoy en [http://www.minminas.gov.co/minminas/kernel/usuario\\_externo\\_normatividad/form\\_consultar\\_normas.jsp?parametro=647&site=17](http://www.minminas.gov.co/minminas/kernel/usuario_externo_normatividad/form_consultar_normas.jsp?parametro=647&site=17)