

FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



Escuela de
Graduados
FCE · UNC

Universidad Nacional de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas - Escuela de Graduados

Maestría en Comercio Internacional

Trabajo Final

**ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA
PROVINCIA DE CÓRDOBA SOBRE LA PRODUCCIÓN DE
PASTAS A BASE DE LEGUMBRES**

Alumna: Lic. Paola Sofia Biasco

Tutor: Mgtr. Gustavo Fadda

Diciembre 2023

Córdoba, Argentina



ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
SOBRE LA PRODUCCIÓN DE PASTAS A BASE DE LEGUMBRES by Paola Sofía
Biasco is licensed under [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

ÍNDICE

1. RESUMEN	5
2. INTRODUCCIÓN	7
3. OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo general.....	8
3.2 Objetivos específicos	8
4. MARCO TEÓRICO	9
4.1 LEGUMBRES	9
4.1.1 Definición.....	9
4.1.2 Clasificación.....	9
4.1.3 Beneficios.....	11
4.1.4 Producción	11
4.2 HARINAS DE LEGUMBRES	14
4.2.1 Definición y clasificación	14
4.2.2 Etapas de producción	16
4.2.3 Tratamiento arancelario.....	17
4.2.4 Producción / oferta	18
4.3 PASTAS A BASE DE LEGUMBRES	21
4.3.1 Origen de las pastas.....	21
4.3.2 Proceso de producción de las pastas	22
4.3.3 Características nutritivas y beneficios del consumo.....	23
4.3.4 Tratamiento arancelario.....	25
4.3.5 Producción / oferta	25
4.3.6 Marco regulatorio.....	33
5. MARCO METODOLÓGICO	37
6. DESARROLLO	39
6.1 CAPÍTULO I: Córdoba y la producción de pastas a base de legumbres	39
6.1.1 Características de Córdoba.....	39
6.1.2 Oferta de pastas a base de legumbres.....	41
6.1.3 Promoción exportadora	47
6.2 CAPÍTULO II: Mercados de destino	49
6.2.1 Mercados potenciales.....	49
6.2.2 Primera ponderación	50
6.2.3 Segunda ponderación	54
6.2.4 Chile.....	57

6.2.5	Perú	61
6.2.6	Italia	64
6.3	CAPÍTULO III: Desafíos y oportunidades para la exportación.....	67
6.3.1	Análisis F.O.D.A.	67
6.3.2	Estrategias de expansión	71
7	CONCLUSIÓN.....	74
8	BIBLIOGRAFÍA.....	77
9	ANEXOS	83

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a la Escuela de Graduados por darme la valiosísima posibilidad de estudiar una maestría con tan alto nivel profesional, brindado tanto por el cuerpo docente, como por los directivos que empujan en todo momento para que el alumno logre los objetivos de formación y graduación, además de un reconocimiento especial por la excelente calidad humana que trasmite todo el equipo que conforma la casa de estudio. Me he sentido acompañada desde el primer al último momento.

Agradezco a mis compañeros que a pesar de la distancia y la virtualidad nos supimos apoyar y ordenar para que estos años sean más llevaderos trabajando en conjunto.

Además, aprovecho a mencionar y agradecer al aporte de las Instituciones, Cámaras, Agrupaciones y empresas que me dieron respuesta y aportaron información para que este trabajo de análisis sectorial sea posible. Una mención especial para Gustavo Fadda, tutor del presente trabajo que desde el primer momento estuvo dispuesto a guiarme, orientarme, aconsejarme y dedicar tiempo para una correcta confección de la investigación.

Por último, un GRACIAS en mayúscula a mi familia, pareja y amigos que me alentaron a diario y en forma incondicional para que pueda continuar con este gran y entusiasta desafío, que me planteé hace algunos años atrás y hoy se acerca a su etapa final. No quiero dejar de mencionar a mi pequeña hija, Sofía, que llegó a este mundo hace unos meses y me motiva a terminar y a seguir adelante.

1. RESUMEN

El mundo entero está atravesando situaciones impensadas hace algunos años atrás, el COVID-19, la guerra de Rusia – Ucrania, la recesión de las economías y el centenar de secuelas, han causado un impacto sin precedentes. Puesto el foco en este contexto se acentúa el llamado constante de las Organizaciones Internacionales sobre la inseguridad alimentaria. Las crisis superpuestas que se fueron dando, sumado al cambio climático y a las sequías prolongadas en todo el mundo, disparó una gran alerta y hoy, los líderes de las organizaciones piden que se tomen medidas urgentes para evitar empeorar la crisis.

Argentina al igual que el resto de los países es parte del problema que se viene planteando, pero la mirada de esta investigación busca aportar a la solución ya que, por las características del país, las condiciones están dadas para aprovechar este llamado, como una gran oportunidad de abastecimiento de alimentos al mundo.

Lo que se pretende a través del trabajo de investigación es conocer el potencial exportador de la provincia de Córdoba, sobre un producto que viene tomando relevancia en el mundo de los agroalimentos y que son las pastas secas a base de legumbres. El interés a nivel global de consumo de alimentos saludables está en auge, la relación nutrición-salud se ha consolidado y convertido en una tendencia en constante crecimiento. Este es el punto de partida para que desde el centro del país se expanda al mundo un alimento de alto valor nutricional, que atienda al llamado constante de atenuar la creciente inseguridad alimentaria.

Palabras clave: Alimento saludable, legumbres, pastas, exportaciones, Córdoba.

ABSTRACT

The entire world is going through situations that were unthinkable a few years ago, COVID-19, the Russia-Ukraine war, the recession of the economies and hundreds of aftermaths, have caused an unprecedented impact. Focusing on this context, the constant call of the International Organizations on food insecurity is accentuated. The overlapping crises that occurred, added to climate change and prolonged droughts around the world, triggered a great alert and today, the leaders of the organizations are asking that urgent measures be taken to avoid worsening the crisis.

Argentina, like the rest of the countries, is part of the problem that is being raised, but the perspective of this research seeks to contribute to the solution since, due to the characteristics of the country, the conditions are given to take advantage of this call, as a great opportunity to supply food to the world.

What is intended through the research work is to know the export potential of the province of Córdoba, about a product that has become relevant in the world of agri-food and that is dry pasta based on legumes. The global trend of healthy food consumption is booming, the nutrition-health relationship has consolidated and become a constantly growing trend, this is the starting point to expand a good of high nutritional value to the world from the center of the Argentina.

Keywords: Healthy food, legumes, pasta, exports, Córdoba.

2. INTRODUCCIÓN

¿La provincia de Córdoba tiene el potencial exportador para abrir sus puertas al mundo y exportar pastas a base de legumbres?

Se pretende realizar un análisis sectorial para conocer en detalle la oferta de pastas a base de legumbres en el centro del país (Córdoba), las condiciones en la que se encuentra hoy la provincia para ampliar la producción de este producto, además de los desafíos y las oportunidades que conducen a que sea potencialmente exportable, considerando que es un alimento que aporta valor agregado, beneficios nutricionales al consumo de la población y a la sostenibilidad, por su bajo impacto en la huella de carbono y consumo de agua en los cultivos de legumbres.

La esencia del trabajo de investigación aspira a que este compendio de hojas sea el punto de partida para empresas interesadas en la producción y exportación de pastas secas a base de harinas de legumbres, que le permita al empresariado conocer el mercado y tomar decisiones, pero también busca exponer en los tiempos de hoy las dificultades que se deben atravesar y combatir para llegar al mercado externo, para ello se proponen algunas estrategias que se desprenden del estudio para minorizar las dificultades y llegar a los objetivos.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

- Analizar el potencial exportador de la provincia de Córdoba para producir y exportar pastas secas a base de legumbres.

3.2 Objetivos específicos

- Estudiar el mercado y analizar la oferta de pastas a base de legumbres en el país, y especialmente en la provincia de Córdoba.
- Conocer los posibles mercados de destino, potenciales importadores, del producto objeto de análisis.
- Observa los desafíos y las oportunidades para que el producto sea exportado.

El trabajo servirá como guía para todas las empresas del sector o nuevas empresas que quieran ingresar al rubro y decidan internacionalizarse, contribuyendo a menores costos de oportunidad en el proceso, entre ellos la disminución de tiempos de la curva de aprendizaje que permitirá obtener a las empresas mejor desempeño y consecuentemente mejores resultados.

4. MARCO TEÓRICO

Para poder abordar la temática planteada es fundamental conceptualizar los términos principales, de esta forma lograr el marco teórico necesario, básico y fundamental para avanzar en la investigación.

4.1 LEGUMBRES

4.1.1 Definición

Las legumbres fueron uno de los primeros alimentos que las poblaciones sedentarias aprendieron a cultivar. La inclusión de las legumbres en la dieta habitual del ser humano nace hace unos 11.000 años, en el Neolítico. Las legumbres tienen una historia rica en alimentar distintas culturas alrededor del mundo. En los últimos 50 años el consumo de legumbres en la dieta base se ha visto reducido drásticamente a nivel mundial, debido a cambios alimenticios, acompañado de un mayor consumo de alimentos preparados y carnes rojas, esto ha hecho saltar la alarma y ha conseguido que ciertas instituciones del ámbito sanitario lleven acciones para tratar de revertir la situación (Vergara 2017).

Según fue definido por el Codex Alimentarius (1989), “las legumbres son las semillas secas de plantas leguminosas, que se distinguen de las semillas oleaginosas de leguminosas por su bajo contenido de grasa”. En el ámbito nacional el Código Alimentario Argentino (1969) definen las legumbres “a los frutos y las semillas de las leguminosas”.

4.1.2 Clasificación

El Ingeniero Rosenkjaer (2004), sostiene que las legumbres son una de las opciones más sanas y sabias de la alimentación y el consumo principal dentro de la dieta humana se basa en las variedades de arveja, lenteja, garbanzo y poroto. Cabe aclarar, que a los fines de la

investigación se utilizará la palabra legumbres para referirse a las 4 variedades mencionadas anteriormente, excluyendo a cualquier otro tipo.

Las arvejas, pueden clasificarse de acuerdo a Prieto, G. (2012) según a la foliosidad, al color del grano, a la textura, o en función del destino comercial del producto. Así es como existen variedades del tipo semiáfila y también hay arvejas de grano verde y amarillas, de grano liso y de grano rugoso, y pueden ser para consumo en fresco, como grano seco remojado, o bien como forraje.

Las lentejas, son una de las legumbres más conocidas en el mundo, crecen en vainas y contiene una o dos semillas. Se puede considerar que existen dos tipos de semillas: las de fruto grande de 15 a 20 mm y las de fruto chico de 7 a 8 mm. (Secretaría de Agroindustria 2014).

El garbanzo es una especie entre las que se pueden diferenciar dos tipos: Desi o Kabuli. Los Desi son cultivados principalmente en Oriente, y son granos más pequeños, coloreados (rosados a púrpuras), mientras que las variedades del tipo Kabuli, son de granos color crema a blanco, con tamaño de semilla grande y flores de color blanco cremoso (Prieto, G. 2012).

El poroto, es la especie más conocida del género *Phaseolus* de la familia Fabáceas. Este alimento constituía la principal fuente de proteínas de importantes pueblos originarios. Dentro de las variedades se encuentra el poroto alubia (oriundo de Sudamérica), el poroto negro (se consume habitualmente en Estados Unidos, México y Brasil), el poroto colorado (originario de América), el poroto pallare (proveniente de climas secos), poroto tape o caupí y el poroto aduki (Bernardi 2016).

4.1.3 Beneficios

Las legumbres son conocidas por sus benéficas propiedades, por su alto valor biológico y su ingesta contribuye a una dieta equilibrada. En el año 2016 las Naciones Unidas celebró el Año Internacional de las Legumbres, aprobado por resolución de la Asamblea General, A/RES/68/231 (2014). El evento se justifica en que son una fuente esencial de proteínas y aminoácidos de origen vegetal para la población de todo el mundo, son parte de la producción sostenible, orientada a la seguridad alimentaria y la nutrición, como así también son consideradas parte de una dieta saludable para combatir la obesidad, la diabetes las afecciones coronarias y el cáncer. A partir de este programa internacional se pretendió la formación de mayores vínculos en toda la cadena alimenticia, para aumentar la producción mundial de legumbres, sus productos derivados, utilizar mejor la rotación de cultivos y hacer frente a los problemas del comercio.

4.1.4 Producción

Nacional

El informe “Legumbres” de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Argentina (2023), sostiene que el país posee excelentes condiciones agroecológicas para el cultivo de legumbres, incluso superiores a otros países que figuran en lugares destacados del ranking mundial. Las principales especies que se cultivan en el país son porotos secos, garbanzos, arvejas y lentejas.

Las regiones productivas en Argentina se encuentran en el centro y en el noroeste del país dependiendo del tipo de legumbre, la Dirección de Producción Agrícola clasifica las zonas productivas y las divide de la siguiente forma:

- Arveja: **Centro** (Buenos Aires, centro-sur de Santa Fe y Córdoba)

- Garbanzo: **Centro** (Córdoba y Buenos Aires) **Noroeste Argentino** (Tucumán, Salta)
- Lenteja: **Centro** (Buenos Aires, Centro sur de Santa Fe y Córdoba)
- Poroto: **Noroeste Argentino** (Salta, Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, norte de Santa Fe)

El informe “Legumbres”, muestra un detalle de la evolución de la producción y expone una tendencia positiva en el sector. A pesar del bajo porcentaje que significan en la canasta total de cultivos, las legumbres presentan una dinámica propia y muestran una evolución favorable en el tiempo (Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca 2023).

La comparación de la últimas 10 campañas (2012/22) arroja un crecimiento de la superficie sembrada (de legumbres) del 54,73%, mientras que para la superficie cosechada es del 138,63 % y para la producción del 275,20 %. Asimismo, se destaca que en las últimas tres campañas (2019/20; 2020/21 y 2021/22), se superó el millón de toneladas producidas, alcanzándose récords históricos a nivel nacional como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

Evolución de superficie y producción de legumbres en Argentina

CAMPAÑAS	SUP. SEMBRADA (HA)	SUP. COSECHADA (HA)	PERDIDA (HA)	PRODUCCIÓN (TN)
2012/13	501.170	322.591	178.579	306.799
2013/14	438.190	422.106	16.084	521.455
2014/15	538.560	536.440	2.120	788.335
2015/16	491.426	474.395	17.031	560.628
2016/17	554.063	547.150	6.913	680.200
2017/18	591.909	583.389	8.520	760.836
2018/19	674.669	651.752	22.917	945.160
2019/20	715.482	712.492	2.990	1.041.036
2020/21	724.166	716.586	7.058	1.057.665
2021/22	775.473	769.803	5.670	1.151.118

Fuente: Dir. De Producción Agrícola en base a Estimaciones Agrícolas de SAGyP

La producción de legumbres se centra en las provincias de Jujuy y Salta, la importancia se debe principalmente a la producción de los porotos secos en el NOA. Otras provincias como

Tucumán y Catamarca también tienen una participación relevante, aunque mucho menor que los casos anteriores.

Internacional

En los últimos años, la demanda mundial de legumbres ha aumentado y se prevé que en el futuro continúe esta tendencia. El consumo promedio de legumbres en el mundo es de aproximadamente 8 kg per cápita (OCDE-FAO¹), mientras que el de Argentina alcanza apenas 800 gr por habitante por año según la Cámara de Legumbres de la República Argentina, siendo las lentejas las que acumulan el 60% de ese valor (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2021).

El complejo de legumbres presenta una fuerte tendencia exportadora con variaciones según la especie. En primer lugar, se encuentran los porotos secos, continúan las arvejas, los garbanzos y por último las lentejas, estas últimas son bajas ya que es la que más consumen los argentinos.

Las leguminosas se exportan a 110 destinos diferentes, donde el principal es Brasil ya que existe una ventaja estratégica por su cercanía geográfica en la comercialización (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2021).

Mundial

Como lo expresa el informe de la Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca (2023), a nivel mundial se presenta una evolución de las hectáreas cosechadas de legumbres en las

¹ OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos / FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Ambas organizaciones trabajaron en conjunto para publicar el informe Perspectivas Agrícolas 2020-2029.

últimas décadas que ronda el 17,98%. El país con mayor superficie cosechada es India con el 43,95%, seguido por Canadá 5,05% y Myanmar 4,21%. En el caso de Argentina, representa el 1,13% del área cosechada de legumbres a nivel mundial.

Por otro lado, tanto las importaciones como las exportaciones a nivel mundial muestran una retracción en los valores de los últimos años. Como se visualiza en la Tabla 2, el principal exportador de legumbres es Canadá representando el 35,64% del total mundial, y el líder importador es China con el 14,88% del volumen mundial.

Tabla 2

Exportaciones, importaciones y hectareas cosechada a nivel mundial de legumbres

EXPORTACIONES	% del total mundial	IMPORTACIONES	% del total mundial	HECTAREAS COSECHADAS	% del total mundial
Canadá	35,64	China	14,88	India	43,95
Australia	12,99	Bangladesh	9,14	Canadá	5,05
Rusia	10,24	India	7,37	Myanmar	4,21
Estados Unidos	5,64	Pakistan	5,21	Argentina	1,13
Argentina	3,58	Argentina	0,11		

Fuente: TradeMap en base al informe de la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca (2023)

4.2 HARINAS DE LEGUMBRES

4.2.1 Definición y clasificación

Las harinas también se definen en el Código Alimentario Argentino (1969) y se indica expresamente que “las harinas de otros cereales o leguminosas deben denominarse según la materia o materias primas utilizadas, clasificándose en harina de arvejas, harina de garbanzos, harina de lentejas, harina de porotos, alubias o frijoles” *Cap. IX.*, como se detalla en Tabla 3.

Tabla 3*Definiciones de harinas de legumbres*

DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	CONT. DE AGUA	FIBRA BRUTA	TENOR DE GRASA
Harina de arvejas	Producto obtenido por la molienda de las semillas sanas y limpias del <i>Pisum sativum</i>	No excede 10,5% a 100°-105°C	No excede de 1,75%	No excede de 1,85%
Harina de garbanzos	Producto obtenido por la molienda de las semillas sanas y limpias del <i>Cicer arietinum</i>	No excede 12% a 100°-105°C	No excede de 2,75%	No excede 1,85%
Harina de lentejas	Producto de la molienda de las semillas sanas y limpias, sin envolturas celulósicas del <i>Ervum lens L</i>	No excede 12,5 % a 100°-105°C	No excede de 1,7%	No excede 1,2%
Harina de porotos/Harina de alubias/Harina de frijoles	Producto de la molienda de las semillas sanas y limpias de las distintas variedades del <i>Phaseolus vulgaris</i> , libres de sus envolturas celulósicas	No excede 12% a 100°-105°C	No excede de 2%	No excede 2%

Fuente: elaboración propia en base a Código Alimentario Argentino Art. 878, Art. 691, Art. 692, Art. 693, Art. 693 (1969)

La Ing. Lezcano (2014), expone el potencial de crecimiento de las llamadas “harinas funcionales”, definidas como aquellas harinas de granos y de no-granos, modificados que mejoran los valores tangibles de sus componentes individuales para el consumidor a través del cultivo, la mezcla y/o su posterior procesamiento, así lo determinó el IFT (Institute of Food Technologist, es decir, Instituto de Tecnólogos de Alimentos) durante una sesión anual el año 2014 y además se mencionó que las semillas secas de plantas leguminosas podrían ser parte de esta clasificación, ya que se caracterizan por ser bajas en grasas y contienen almidones y azúcares que aportan a la funcionalidad.

La especialista, Elizabeth Lezcano, también expresa que en Argentina las legumbres no están incluidas en la dieta en las cantidades recomendadas, razón por la cual un proyecto de agregado de valor llevado adelante por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) apunta a lograr un aumento del consumo de las mismas, y a través del Centro de Cereales y

Oleaginosas, desarrolló distintos tipos de harinas de legumbres para ser transferidos a la industria alimenticia.

4.2.2 Etapas de producción

La transformación de legumbre en harinas requiere una serie de pasos y por su parte la Ingeniera en Alimentos, Accoroni (2012), desarrolla la cadena de valor de las legumbres e indica que el proceso comienza desde el productor agrícola, que se encarga de la producción del grano, este primer eslabón considera la comercialización de las semillas, insumos, gastos generales para la cosecha, transporte y almacenamiento.

En segunda instancia interviene la industria seleccionadora, donde se clasifica a los granos en función de su calidad, peso, color, calibre y otros atributos dependiendo del tipo de legumbre que se trate. Este proceso es aplicable como proceso único, previo al envasado para la comercialización de granos secos, o como primera operación de los procesos de enlatado, congelado y molienda. Para cada categoría de producto existe un criterio de clasificación diferente. El producto que no cumpla con los requisitos definidos será comercializado para forraje.

A partir de todo esto, si lo que se pretende es transformar los granos secos enteros y/o partidos en harina, actúa la industria molinera. Este proceso se puede llevar a cabo de dos maneras diferentes, la primera, que consta de la molturación directa del grano y la segunda, que incluye una operación de tratamiento térmico previo a la molturación. En esta clasificación se consideran los productos de panificación derivados de la harina, los productos elaborados que incluyan harinas de legumbres como materia prima y los concentrados y/o aislados proteicos. En resumen, los pasos principales para llegar a la producción de harina de legumbres se encuentran en la Tabla 4.

Tabla 4*Producción de legumbres*

Fuente: Accoroni, C. (2012). Cadena de las legumbres. Boletín infoINTA Santa Fe Sur, (15), 1-3.

La cadena se completa con otros actores de apoyo como organismos que definen el marco legal en el que operan los actores, organismos que proveen asistencia científica-tecnológica, proveedores de servicios y cámaras empresariales que defienden los intereses del sector.

4.2.3 Tratamiento arancelario

En el mundo del comercio exterior la posición arancelaria que permite identificar a estos productos dentro del nomenclador del Mercosur es la siguiente: 1106.1. La apertura según el tipo de harina (arvejas, garbanzos, lentejas y porotos) se detalla en Tabla 5.

Tabla 5*Posición arancelaria harinas de legumbres*

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN
11 Capítulo	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
11.06 Partida	Harina, sémola y polvo de las hortalizas de la partida 07.13, de sagú o de las raíces o tubérculos de la partida 07.14 o de los productos del capítulo 8.
1106.10.00 NCM	-De las hortalizas de la partida 07.13
1106.10.00.100W	De arvejas (chícharos, guisantes)* (Pisum Sativum)
1106.10.00.200B	De garbanzos
1106.10.00.300G	De habas (Vicia faba var. major), haba caballar (Vicia faba var. equina) y haba menor (Vicia faba var. minor)
1106.10.00.400M	De lentejas
1106.10.00.500T	De porotos (frijoles, fríjoles, alubias, judías)* (Vigna spp, Phaseolus spp.)
1106.10.00.900P	Los demás

Fuente: VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior)

4.2.4 Producción / oferta

Nacional

La oferta de harina de legumbres está limitada a un número de empresas dentro del país que se dedican a la fabricación y comercialización de estos productos. A partir de una investigación detallada en la web y el aporte de las bases de datos del Softrade² se enumeran en la Tabla 6, los fabricantes identificados.

Tabla 6

Fabricantes de harinas a base de legumbres

EMPRESA	UBICACIÓN	AÑO	MARCA	PRODUCTO	ALCANCE	PAGINA WEB
Fainalind S.R.L.C.e.I.	Buenos Aires	1934	Fainalind	Harina de garbanzo para preparar fainá	Nacional e internacional	http://www.fainalind.com/
Molino Fainax S.A.	Buenos Aires planta en Santa Fe	2006	Fainax	Harina de garbanzo para preparar fainá	Nacional e internacional	https://fainax.com/
Healthyveg S.A.	Buenos Aires	2010	Healthyveg	Harina de arveja	Nacional e internacional	https://www.hveg.com.ar/
Molino Chacabuco SA	Buenos Aires	1906	Chacabuco	Harina saludable con legumbres (garbanzos, arvejas, lentejas y porotos)	Nacional e internacional	https://alimentoschacabuco.com/
Le gustar SA	Salta	2019	Legustar	Harina de poroto alubia	Nacional e internacional	http://mundoalubia.com.ar/
4H S.A	San Miguel de Tucumán, Tucumán	1965	Molinos Jose Lopez	Harina de garbanzo, arveja, lenteja y poroto	Nacional e internacional	https://molinosjoselopez.com.ar/
Molinos Sytari S.R.L	Rio Segundo, Córdoba	1992	Sytari	Harina de garbanzo, arveja y lenteja	Nacional e internacional	https://www.molinosytari.com.ar/
Natural food S.R.L.	Córdoba	2013	Natural food	Harina de poroto y garbanzo	Nacional e internacional	http://naturalfoodsrl.com/
La Troja S.R.L	Oncativo, Córdoba	2000	La troja	Harina de garbanzo, arveja, lenteja y poroto	Nacional e internacional	https://latroja.net/
PRAGA S.A.	Rio Segundo, Córdoba	2006	Praga	Harina de garbanzo y poroto	Nacional e internacional	https://www.pragaalimentos.com/

Fuente: elaboración propia en base a sitios web de las empresas y Softrade (software de operaciones internacionales)

Se observa un interés especial en la producción de harina de garbanzo ya que se pretende atender la fabricación de un producto muy consumido en el país, principalmente en las pizzerías de Buenos Aires, que es el Fainá, definido por la RAE (Real Academia Española) como “torta delgada de harina de garbanzos, que se cuece en el horno”. Buenos Aires tiene un importante

² Softrade: Sistema de Consulta de Estadísticas de Comercio Exterior. Autor: Penta-Transaction.

porcentaje de producción, pero también se hacen presentes las provincias de Córdoba y Tucumán.

Internacional

El mercado exportador de harina de legumbres depende en gran medida no solo de los precios unitarios, sino de las condiciones climáticas de las campañas.

Exportaciones

La tendencia exportadora de la posición arancelaria en cuestión deja en evidencia que el crecimiento que se venía dando cae bruscamente en el año 2021 y a partir del 2022 muestra una tendencia de recuperación en peso neto exportado, alcanzando los 4.670.436,54 kg. Por su parte los registros de valores FOB en USD tuvieron una variación menos brusca, pero al igual que el parámetro anterior, muestra una inclinación positiva en el 2022 respecto a la caída del 2021. Tabla 7 y Gráfico 1.

Tabla 7

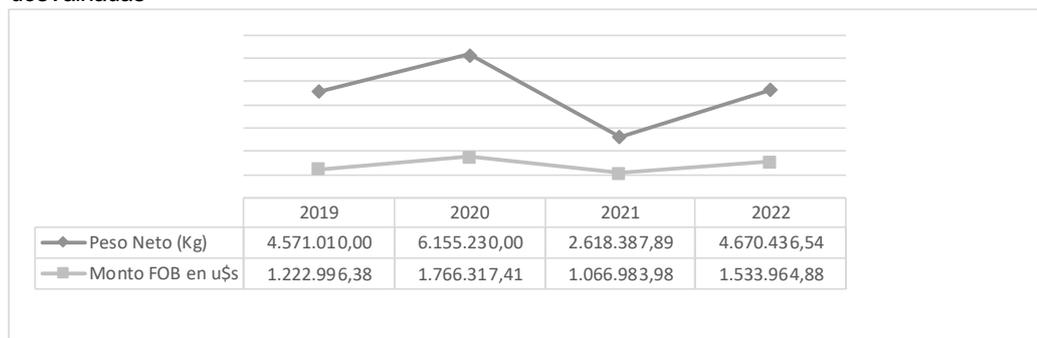
Exportaciones Argentinas de la NCM 11061000 - Harina y semola de legumbres secas desvainadas

AÑO	Peso Neto (Kg)	Monto FOB en u\$s
2019	4.571.010,00	1.222.996,38
2020	6.155.230,00	1.766.317,41
2021	2.618.387,89	1.066.983,98
2022	4.670.436,54	1.533.964,88

Fuente: elaboración propia en base al INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Gráfico 1

Exportaciones Argentinas de la NCM 11061000 - Harina y semola de legumbres secas desvainadas



Fuente: elaboración propia en base al INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

A partir de los datos estadísticos obtenidos del Softrade en el último año (2022), se extrae que el destino principal de las harinas a base de legumbres es Chile, seguido se posiciona Brasil y en tercer lugar Estados Unidos. También se puede mencionar a Países Bajos y Uruguay que ocuparon un lugar en la tabla.

Importaciones

Bajo el análisis de las importaciones argentinas de harinas a base de legumbres no se registra a nivel estadístico, en los últimos 4 años, operaciones comerciales enmarcadas bajo la NCM 1106.10.00.

Mundial

A nivel mundial los países que registran más compras de estas variedades de harinas, según los datos estadísticos del ProSalta (2022), son Estados Unidos con 32.408 toneladas, seguido por Australia con un valor inferior a un tercio de lo importado por el primero 10.235 toneladas, y posteriormente se ubican Alemania y Reino Unido con 9.971 y 6.978 toneladas respectivamente. Dicha información muestra que Alemania fue el país con mayor crecimiento, tanto en valor, como en cantidad. Del mismo modo Arabia Saudita tomó un importante lugar

con un incremento destacado en cantidades importadas, sin embargo, se visualiza un precio bajo de venta.

Puede concluirse que la producción de harinas de legumbres logra satisfacer las demandas internas actuales y cubrir, casi puntualmente, requerimientos del exterior. Sin embargo, el sector industrializador y comercializador cuenta con un gran potencial, la innovación por parte de la industria alimentaria muestra una clara avidez y demanda hacia nuevos ingredientes saludables, aptos para celíacos, con mayor contenido de fibra, entre otras tendencias que permiten pensar en un mercado que tiene buen potencial de crecimiento para los próximos años (ProSalta, 2022).

4.3 PASTAS A BASE DE LEGUMBRES

4.3.1 Origen de las pastas

Si bien se desconoce el origen exacto de las pastas, la difusión se logró por toda Italia a partir del siglo XIV y la producción a gran escala fue tras la Revolución Industrial con la utilización de máquinas especializadas para acelerar el proceso. Las pastas se pueden clasificar bajo diferentes criterios y uno de los principales es por su producción, diferenciando a las pastas artesanales (frescas) o industriales (secas), según se proceda o no a su desecación (Díaz, 2011).

Es válido aclarar que el presente trabajo refiere en todo momento a la producción de pastas secas, que son las que tiene una vida útil y conservación más duradera, además de que se elaboran a partir de procedimientos mecánicos y pueden presentarse en diferentes formatos, en lo habitual fusillis (en forma de espiral), cornetti o codito (tubos en forma de pequeños codos) y fideos (cilindros de distinto grosor o longitud).

Las pastas ocupan el primer lugar en el listado de las diez comidas favoritas o más populares del mundo, así lo indicó la Organización Internacional Oxfam ³(2011). La variante de pastas a base de harinas de legumbres, resalta el ímpetu que la industria le está dando al sector legumbrero y es una oportunidad para innovar, agregar valor y satisfacer las permanentes demandas de los consumidores.

4.3.2 Proceso de producción de las pastas

Las etapas de producción de las pastas secas industriales son descritas por Lezcano (2012), donde detalla que el proceso inicia con la recepción y/o almacenamiento de la materia prima que es la harina, esta combinada con agua se transforma en la etapa de premezcla, el compartimiento de amasado busca gradualmente que la hidratación sea homogénea, para evitar defectos en las pastas.

Luego la masa ingresa a la unidad de extrusión, donde un tornillo sin fin fuerza su paso a través de una abertura que le otorga la forma final al producto. Una vez que las pastas ya formadas y cortadas salen de la prensa automática, son sometidas a un presecado a fin de evitar que se deformen o peguen entre sí. El proceso de secado es una parte crucial del proceso de producción para las pastas de alta calidad. La humedad, la corriente de aire y la temperatura se controlan cuidadosamente por los fabricantes.

En su etapa final el producto pasa al enfriamiento total y posteriormente al envasado, para su correcta comercialización y distribución.

³ "Oxfam" proviene del Comité de Oxford de Ayuda contra el Hambre, fundado en Gran Bretaña en 1942. Oxfam Internacional, fue fundada en 1995 por un grupo de organizaciones no gubernamentales independientes.

4.3.3 Características nutritivas y beneficios del consumo

Los investigadores de alimentos han descubierto que aumentar la harina de legumbres en los productos como fideos puede aumentar la elasticidad, la resistencia de la masa y mejorar la textura de los fideos, al tiempo que promueve la suavidad y la masticabilidad que se encuentran en las formulaciones tradicionales de las pastas. También se ha demostrado que la harina de legumbres tiene un impacto en el perfil de sabor y aroma de tales productos (Olsen, 2019).

El consumo de pastas fabricadas a base de harinas 100% de legumbres es un producto apto para personas celíacas y alérgicas al trigo, avena, cebada y/o centeno. Pero además trae aparejado el gran beneficio que aporta el consumo de legumbres. Si bien son muchos los aspectos positivos, debajo se detallan los principales:

Aquellos relacionados a la salud de las personas descriptos por Rosenkjaer (2004), en los siguientes puntos:

- Son ricas en fibras, que ejercen su función en nuestro organismo, como: desintoxicadoras, favorecen el tránsito intestinal, actúan en la prevención del cáncer de colon, reducen los niveles de colesterol en sangre, regulan la digestión, cuando acompañan a otros alimentos, reducen el pico de glucosa, lo cual disminuyen el riesgo de diabetes.
- Son una excelente fuente de proteína vegetal, con un promedio del 23%. Ricas en minerales y vitaminas.
 - ✓ Vitaminas: Poseen vitaminas del complejo B que ayudan a fortalecer el sistema inmunológico, contribuye a transformar los alimentos en energía, colabora con el sistema cardiovascular, el corazón y el sistema nervioso. Aportan ácido fólico o

B9 que interviene en la formación de glóbulos rojos y colabora con el buen funcionamiento de las neuronas. También contienen vitamina E que actúa como antioxidante y niacina, que favorece las funciones del aparato digestivo, mantiene la integridad de todas las células del cuerpo, colabora con el sistema nervioso, e interviene en la metabolización de los alimentos y la generación de energía.

- ✓ **Minerales:** Presentan calcio que forma parte de los huesos y de los dientes, y es necesario en el proceso de contracción muscular y en la coagulación de la sangre. Poseen potasio, que interviene en la contracción muscular, la actividad neuromuscular, y es indispensable para mantener el equilibrio hídrico del cuerpo. El magnesio interviene en la activación de las vitaminas, enzimas, formación de estructuras óseas y dentales, el fósforo cuya principal función es la formación de hueso y dientes.

Las pastas a base de legumbres son fuentes de hidratos de carbono de bajo índice glucémico (los más saludables), el nutriente básico en la alimentación humana y principal fuente de energía del organismo.

Por otro lado, la FAO recomienda el consumo habitual de legumbres y sus derivados por sus aportes a la naturaleza y enfatiza en la idea de que este producto es capaz de crecer en lugares áridos y tienen una larga vida útil.

- Su cultivo es beneficioso en la lucha frente al cambio climático, reduciendo las emisiones de gases responsables del efecto invernadero y aumentando la captación de carbono.

- Aumentan la fertilidad del suelo en el que se cultivan y nutren al resto de cultivos cercanos.

4.3.4 Tratamiento arancelario

La posición arancelaria correspondiente a las pastas a base de harinas de legumbres es la 1902.19.00.100G, cuya descripción y tratamiento arancelario se detalla en la Tabla 8. A partir de la información del VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) se identifica para dicha posición un derecho del 4,5% y un reintegro correspondiente del 3,25%.

Tabla 8		
<i>Posición arancelaria pastas a base de harinas de legumbres</i>		
POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	
19 Capítulo	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.	
19.02 PARTIDA	Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado.	
1902.1	-Pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar de otra forma:	
1902.19.00 NCM	--Las demás	
1902.19.00.100G	En envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg (R.420/99 MEYOSP)	
DE:4.50%	RE: 3.25%	RI: 3.25%

Fuete: Vuce (Ventanilla Unica de Comercio Exterior)

De acuerdo a los datos provistos por Tarifar Argentina, se desgrava el Derecho de Exportación a las operaciones que realicen las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), definidas en los términos del artículo 2° de la Ley 24.467 y sus modificatorias (Anexo 1).

4.3.5 Producción / oferta

Nacional

El sector de las pastas secas en Argentina está conformado por alrededor de 80 firmas, aquellas que se dedican a producir a partir de harinas de legumbres son una lista mucho más restricta. Al tratarse de un producto novedoso, las empresas que se dedican a este rubro son jóvenes, en la Tabla 9 se detallan los principales fabricantes y marcas que se pueden identificar en la Argentina.

Tabla 9

Fabricantes de pastas a base de harinas de legumbres

EMPRESA	UBICACIÓN	AÑO	MARCA	PRODUCTO	ALCANCE	PÁGINA WEB
Legustar SA	Salta	2019	Super Pasta	Pastas de harina de porotos y otros (espinaca, quinoa, trigo y maíz)	Nacional e internacional	http://mundoalubia.com.ar/
Wakas	Buenos Aires	2016	Wakas	Pastas de harina de garbanzo, poroto y arveja con chia	Nacional e internacional	https://wakas.com.ar/
Molinos Río de La Plata S.A.	Buenos Aires	1964	Matarazzo	Pastas de harina de arveja, garbanzo y otros (arroz y maíz)	Nacional e internacional	https://www.molinos.com.ar/
Terra Agroalimentos SRL	Córdoba	2019	Makarona	Pastas de harina de garbanzo, arveja, poroto y lenteja	Nacional e internacional	https://makarona.com.ar/
Legume	Córdoba	2016	Legume	Pastas de harina de garbanzo, arveja, poroto y lenteja	Nacional e internacional	https://legume.com.ar/

Fuente: elaboración propia en base a sitios web de las empresas

Internacional

Exportaciones

Las exportaciones que se registran en los últimos años en Argentina bajo la posición identificada para el producto en análisis son volúmenes y valores diversos. En la Tabla 10 se exponen datos del INDEC que muestran los movimientos de egresos bajo la NCM 1902.19.00, de la cual se desprende que en el último año (2022), se exportaron 27.687.934,61 kg y un valor total FOB de USD 10.869.264,07. Se observa que el valor en volumen supera los años anteriores, aunque el monto total en dólares no acompaña el crecimiento. El país destino que se mantiene liderando el ranking es Chile. El concepto “confidencial” indica que por razones de secreto estadístico no se han divulgado los datos, aunque si se visualiza la expansión del

producto en los países de Paraguay, Uruguay y Bolivia, confirmando una importante participación en el bloque del Mercosur.

Tabla 10

Exportaciones Argentinas de la NCM 19021900 Pastas Alimenticias excluidas c/huevo, s/cocer, ni rellenar

AÑO	PAÍS DESTINO	PESO NETO (KG)	MONTO FOB EN U\$S
2019	Exportaciones totales	23.353.468,00	13.638.698,58
	Chile	20.239.700,00	11.265.300,32
	Confidencial	2.435.270,00	1.780.321,27
	Paraguay	400.312,00	383.747,71
	Bolivia	278.186,00	209.329,28
2020	Exportaciones totales	21.936.322,84	11.795.490,33
	Chile	20.377.310,88	10.456.732,24
	Paraguay	618.134,00	547.158,95
	Uruguay	396.906,00	256.318,57
	Bolivia	285.030,08	230.301,28
	Confidencial	143.624,28	201.091,21
	Brasil	115.317,60	103.888,08
2021	Exportaciones totales	17.957.974,40	7.717.062,80
	Chile	15.943.352,00	6.366.807,23
	Uruguay	890.291,76	579.656,80
	Confidencial	454.182,56	300.890,75
	Bolivia	350.988,88	194.125,05
	Paraguay	319.159,20	275.582,97
2022	Exportaciones totales	27.687.934,61	10.869.264,07
	Chile	23.831.103,74	8.445.132,28
	Confidencial	954.830,40	457.892,73
	Uruguay	749.207,20	432.928,54
	Bolivia	745.811,50	442.948,75
	Paraguay	724.838,20	550.748,48
	Estados Unidos	590.357,18	388.273,19
	Brasil	91.786,39	151.340,10

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

La escasa diversificación en los destinos de exportación se ha transformado en una problemática que plantea serios desafíos. No se logran sostener en el tiempo negocios con otros compradores ocasionalmente importantes. La aparición incipiente de Brasil en el ranking puede traer noticias positivas (Unión de Industriales Fideeros de la República Argentina, 2020).

La posición arancelaria, que toma los datos expuestos, no puede precisar que se trate de registros únicamente de pastas a base de harinas de legumbres, sino más bien, que el encuadre de esta estadística es para productos que se clasifican como “Pastas alimenticias excluidas con huevo, sin cocer, ni rellenar”.

Importaciones

Referido a las importaciones de Argentina que se registran bajo la posición arancelaria 1902.19.00, los volúmenes y valores se mantienen parejos en los últimos 4 años. En la Tabla 11, se expone el detalle y los principales 4 países que se llevan el porcentaje más relevante de las operaciones; Italia, China, Rumania y México respectivamente. Se presume que los datos registrados por importaciones desde “Argentina” corresponden a productos importados con procedencia Chile.

Tabla 11

Importaciones Argentinas de la NCM 19021900 Pastas Alimenticias excluidas c/huevo, s/cocer, ni rellenar

AÑO	PAIS DESTINO	PESO NETO (KG)	MONTO CIF EN U\$S
2019	Importaciones totales	2.225.453,86	2.718.145,08
	Italia	1.769.920,30	2.248.418,34
	China	153.002,26	126.504,98
	Argentina	75.832,00	49.902,34
	Rumania	60.294,00	68.637,52
2020	Importaciones totales	1.987.927,74	2.708.211,83
	Italia	1.515.408,03	2.177.060,16
	China	110.781,36	137.866,36
	Argentina	120.876,00	76.366,11
	Rumania	79.326,00	93.944,29
2021	Importaciones totales	47.658,19	127.047,22
	Italia	1.530.970,74	2.446.159,46
	México	161.985,00	186.133,36
	China	81.144,96	170.422,89
	Rumania	63.840,00	87.883,31
2022	Importaciones totales	1.275.936,76	2.364.594,07
	Italia	1.040.348,81	1.983.624,60
	México	132.735,00	180.359,60
	China	102.852,95	200.609,87

Fuente: elaboración propia en base a datos del INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Mundial

A partir de datos recopilados por la Organización Internacional de la Pasta (2022), también conocida como IPO por sus siglas en inglés, International Pasta Organisation, se conoce que 16,5 millones de toneladas son producidas en todo el mundo. Los números que se recopilaron en las últimas encuestas arrojan un ranking de los principales países productores donde Italia, Turquía y Estados Unidos ocupan los primeros puestos con una producción de 3.539.513, 2.107.959 y 2.000.000 de toneladas respectivamente. En la Tabla 12 se encuentran los datos tomados de las últimas encuestas, por su parte la Argentina tiene una producción de 293.544 toneladas, y se ubica en el puesto 13° en la lista.

Si bien la Argentina cuenta con una importante tradición en la producción de pastas, nunca ha logrado producir o exportar los volúmenes de Italia, que es el país considerado referente mundial de este alimento (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2019).

Tabla 12

Producción de pastas a nivel mundial

PAÍS	PRODUCCIÓN (toneladas)
Italia	3.539.513
Turquía	2.107.959
Estados Unidos	2.000.000
Egipto	1.200.000
Brasil	1.153.000
Rusia	976.252
Nigeria	700.000
Iran	560.000
Perú	358.519
Túnez	345.000
Alemania	334.390
México	302.456
Argentina	293.544
Francia	244.001
Chile	216.481
Gracia	195.000
España	192.517
Polonia	160.000
Japón	144.500
Venezuela	132.000

Fuente: elaboración propia en base a la Organización Internacional de la Pasta (IPO) sept. 2022

Consumo

Los datos relacionados al consumo se contabilizan en kilogramos per cápita según cada país. Italia arrojó un consumo de 22,9 kg, ocupando el primer puesto de la lista, seguido por

Túnez con 17,0 kg y Venezuela 15,0 kg. En la Tabla 13 se exponen los números relacionados a esta variable, en el caso de Argentina se ubica en el puesto 18° con un consumo anual de 6,3 kg per cápita.

Tabla 13

Consumo de pastas a nivel mundial

PAÍS	CONSUMO (KG PER CAPITA)
Italia	22.9
Túnez	17.0
Venezuela	15.0
Grecia	12.2
Perú	9.9
Chile	9.6
Estados Unidos	8.8
Turquia	8.5
Iran	8.5
Francia	8.3
Alemania	7.9
Hungría	7.5
Uruguay	7.5
Egipto	7.1
Portugal	6.8
República Checa	6.4
Rusia	6.4
Argentina	6.3

Fuente: elaboración propia en base a la Organización Internacional de la Pasta (IPO) sept. 2022

De los datos expuestos se desprende que Italia es el primer exportador mundial por volumen y valor. El nivel de diversificación de sus destinos es medio/alto, no llegando ninguno de ellos al 20% de participación en sus exportaciones.

Que un país fabrique grandes volúmenes de pastas, no necesariamente significa que su población ostente un alto consumo per cápita, como así tampoco que este país tenga peso en los mercados mundiales de exportación. Esas tres condiciones juntas se dan muy raramente, y casi exclusivamente en uno de los países colosos de la actividad fideera que es Italia.

Las estadísticas que se presentan engloban las pastas en sus distintas variedades, los números sobre la producción, consumo y exportación específica de pastas a base de harinas de legumbres son muy pocos, ya que la tendencia y el desarrollo del producto viene tomando relevancia a partir de los últimos años. De igual forma se puede mencionar algunos estudios, proyecciones que dan cuenta sobre el crecimiento del consumo del producto.

El análisis realizado por Añazco, *et al.* (2021), identifica la existencia de un segmento de mercado que se encuentra claramente influenciado por la necesidad de cambiar de estilo de vida. El dinamismo de los mercados asociado a cambios de comportamiento de los consumidores, junto al creciente interés de las personas por mantener estilos de vida saludables, ha dado lugar al auge del consumo de superalimentos. La denominación de superalimentos se debe a su elevada composición, útil para mantener una alimentación equilibrada; son alimentos que preservan su estado natural o incluyen procesos mínimos de transformación y aportan un sin número de elementos beneficiosos para mantener una salud óptima. Las oportunidades para las empresas exportadoras se identifican en el abanico de alternativas de alimentos que puedan sostener en su oferta exportable, considerando que dicha oferta contribuya a mejorar la nutrición, aumentar la resistencia y las defensas del organismo, además de prevenir enfermedades crónicas, desacelerar el proceso de envejecimiento y respetar el medio ambiente. Las legumbres son consideradas dentro de la extensa lista de superalimentos y por tanto las producciones que se realizan a partir de ellas podrían incluirse en esta categoría. El estudio

destaca el marcado interés y el crecimiento de consumo en los últimos años de algunas variedades principalmente en países del continente europeo.

Por otro lado, para conocer datos más específicos y mensurar el crecimiento de las pastas a base de legumbres se analiza la categoría de pastas gluten free y de este modo la firma Mordor intelligent, dedicada a la asesoría e inteligencia de mercados, publicó un informe que proyecta para el período 2023 – 2028 un CAGR (tasa de crecimiento anual compuesta, por sus siglas en inglés Compound Annual Growth Rate) de 9.78% para el mercado global de pastas sin gluten, los datos que se exponen reportan un cambio sustancial en los hábitos alimenticios de los consumidores con un número creciente de personas que sustituyen una dieta libre de gluten por su dieta regular. Aunque las enfermedades celíacas entre los consumidores son comunes (una oportunidad de alimentación para el 1,4% de celíacos en el mundo), la población activa se ha vuelto más consciente de las etiquetas de los productos alimenticios, lo que lleva a los fabricantes a incorporar ingredientes saludables, reconociendo a consumidores que atienden su salud y una dieta equilibrada con suficientes proteínas. Además, se expone que el negocio de pastas sin gluten tiene amplias oportunidades para expandirse a algunos mercados nuevos pero potenciales, como Asia-Pacífico, América del Sur y África, debido a los estilos de vida cambiantes de los consumidores.

4.3.6 Marco regulatorio

La producción y comercialización de alimentos está reglamentada por normas a nivel nacional e internacional para que el producto sea apto para el consumo humano.

El órgano de control que establece el marco regulatorio de la producción de alimentos en la República Argentina es la Administración Nacional de Alimentos, Medicamentos, y Tecnología Médica (ANMAT), que responde al Ministerio de Salud de la Nación. Su objetivo

es autorizar, registrar, controlar y fiscalizar la calidad y sanidad de los alimentos, incluyendo los suplementos dietarios, así como los materiales en contacto con los alimentos. Todo ello, en coordinación con las jurisdicciones sanitarias federales y las delegaciones del Instituto Nacional de Alimentos (INAL).

Nacional

La fabricación de productos alimenticios tiene que estar de acuerdo a las normas del Código Alimentario Argentino a nivel nacional, Ley 18284, pero también debe respetar las exigencias de los mercados destino, en caso que logren traspasar las fronteras del país.

La Ley 18284 se reglamenta a partir del Decreto 2126/1971 y en el Anexo II se indican los requisitos que deben cumplir los establecimientos y los productos, a nivel nacional e internacional (para operaciones de exportación e importación). Es necesario que los establecimientos productores, elaboradores y fraccionadoras realicen, previo al inicio de sus actividades, los trámites de inscripción y autorización ante la autoridad sanitaria jurisdiccional competente. También deben registrar los productos alimenticios antes de comenzar a comercializarlos. Cuando la autoridad sanitaria autoriza, aprueba el establecimiento o producto, otorga un número de Registro Nacional.

Por su parte el Registro Nacional de Establecimientos (RNE), refiere al certificado que las autoridades otorgan a una empresa elaboradora de productos alimenticios para sus establecimientos. Es una constancia de que la empresa ha sido inscripta y la habilita para desarrollar la actividad declarada. Además, es un requisito para el posterior registro de sus productos.

Como complemento también de deberá tramitar el Registro Nacional de Productos Alimenticios (RNPA), que corresponde al certificado que las autoridades sanitarias

jurisdiccionales otorgan, para cada producto, a una empresa productora, elaboradora, fraccionadora, importadora o exportadora de productos alimenticios (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, ANMAT, 2023).

Internacional - Exportación

A los fines de la exportación de productos alimenticios y según lo establecido por la Disposición 10100/2017, los exportadores deben realizar una notificación de exportación que no requerirá atestación por parte del INAL. El trámite implica la presentación de la factura de los productos a exportar a través de la página de AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos), servicio de Trámites a Distancia.

En el caso que se requiera un certificado para presentar ante las autoridades sanitarias del país de destino, ya sea para acompañar una exportación o registrar el producto en otro país, se debe solicitar un Certificado Sanitario de Exportación, de acuerdo a lo que establece la Disposición 965/2018, también se puede realizar a través de la página de AFIP, servicio de Trámites a Distancia y la documentación que se debe presentar es: copia de factura en caso de corresponder; documentación que avale el requerimiento y declaración jurada para registrar el producto.

Al momento de realizar la exportación resulta fundamental, analizar, interpretar y cumplir con las normas del país de destino. Es un ejemplo el caso de la República Federativa de Brasil, que en la Disposición 10100/2017 se expresa claramente que se deben cumplir con los requerimientos propios establecidos por dicho país para la importación de alimentos (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, ANMAT, 2023)

Otras certificaciones

Existen además otras certificaciones de seguridad alimentaria propias del rubro y su gestión y obtención transmiten un sentido de confianza en la elección del producto, dando seguridad a los consumidores de que contienen los ingredientes que realmente se indican en las etiquetas y que la empresa aplica los métodos de seguridad en relación al personal, y a los procesos de producción. Entre las certificaciones que podrían gestionarse se encuentran: HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), SQF (Seguridad y Calidad Alimentaria), norma ISO 22000, que corresponde a un estándar sobre la seguridad alimentaria durante la cadena de suministro y la norma ISO 9001 que sirve como herramienta de gestión de procesos, medición, evaluación y mejora continua, para la satisfacción de los clientes.

5. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo se trata de un proyecto de investigación con enfoque cualitativo que sigue los lineamientos de una investigación descriptiva, exploratoria bajo el método científico hipotético-deductivo.

Se pretende que a partir de la recopilación y análisis adecuado del material disponible sobre diferentes documentos digitales y el estudio sectorial del producto objeto de investigación, se desencadene una explicación detallada de oportunidades y desafíos para potenciar la actividad exportadora del producto desde el centro del país.

Los datos extraídos y volcados en el trabajo serán recopilados a través de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias serán las entrevistas que se puedan concretar con las empresas del rubro dentro de la provincia de Córdoba y las fuentes secundarias los trabajos de investigación, revistas científicas, instituciones públicas y privadas que contribuyen con el objeto de análisis.

El capítulo 1 de la investigación procura recopilar los datos sobre la producción de pastas a base de legumbres específicamente dentro de los límites geográficos de Córdoba y presentar características de la provincia, como también variables contextuales relacionadas al producto objeto de exportación.

En el capítulo 2, se aplicará un método de análisis de datos para presentar una selección de 3 países potenciales importadores de pastas a base de legumbres. En un principio se determinarán 15 países, como así también variables que competen en el estudio y a través de un procedimiento de comparación ponderado, se irán descartando territorios hasta llegar al objetivo fijado.

El capítulo 3, a partir de los datos desarrollados y empleando herramientas descriptivas, se expondrán los desafíos y oportunidades que se enfrentan hoy en la provincia de Córdoba para posterior y finalmente enunciar estrategias de ingreso de las pastas a base de legumbres al resto del mundo.

La conclusión es el cierre que analizará si los objetivos propuestos son alcanzados y en este último punto se aspira a un resumen de los temas principales para dar un marco referencial completo y accesible a cualquier empresa que quiera desarrollarse e internacionalizarse en el rubro.

6. DESARROLLO

A partir del cuerpo de información construido en las páginas anteriores, resulta fundamental desarrollar cada uno de los capítulos, focalizando en los objetivos principales de la investigación.

6.1 CAPÍTULO I: Córdoba y la producción de pastas a base de legumbres

Este capítulo pretende conocer la oferta del producto en análisis y las posibilidades que se presentan en el territorio de la provincia de Córdoba para seguir aumentando la producción y el consecuente incremento de las exportaciones.

6.1.1 Características de Córdoba

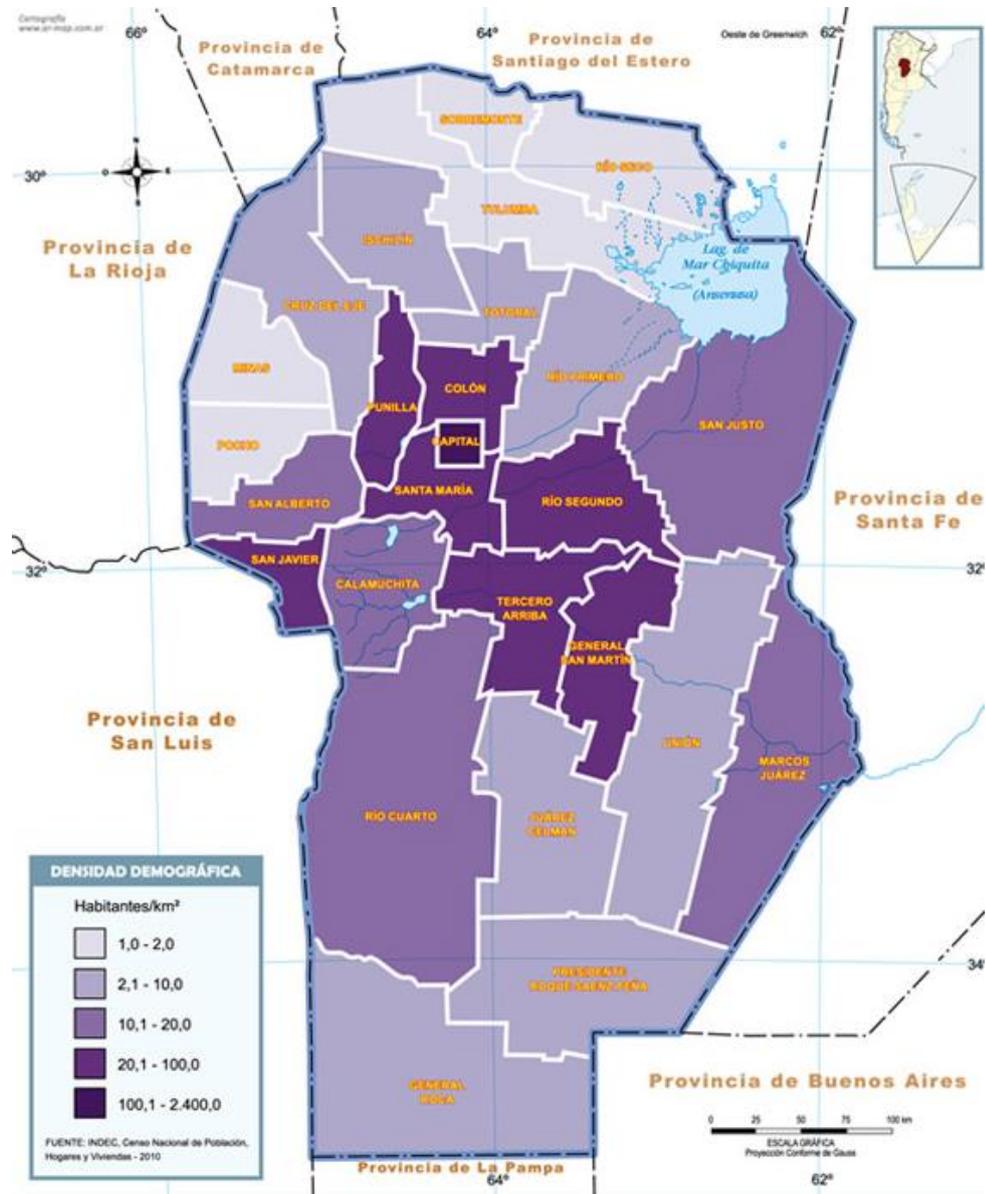
Córdoba es una de las 23 provincias que componen la República Argentina, es un territorio mediterráneo con montañas, ríos, lagos, arroyos, llanuras, áreas verdes y boscosas, situada en la Región Centro del país. Con 165.321 km², es la quinta provincia más extensa, ocupando el 5,94% de la superficie total.

Según los datos arrojados por el censo nacional 2022 la población es de 3.978.984 habitantes, con lo cual es la segunda provincia más poblada de la República Argentina. La población está concentrada principalmente en la capital provincial, convirtiéndola después del Gran Buenos Aires en la segunda aglomeración urbana más grande del país.

El suelo de la pampa húmeda o pradera es ideal para desarrollar cultivos, porque retiene y conserva la húmeda, además de que la superficie es mayoritariamente llana. La economía de la provincia de Córdoba se ve beneficiada por numerosos factores, el principal es su agraciada geografía y cuantiosos recursos naturales y humanos. Dentro de las actividades productivas se destacan la agricultura, ganadería, la industria, minería, explotación forestal, y el turismo (Gobierno de Córdoba, 2023).

Figura 1

Mapa demográfico de la provincia de Córdoba



Fuente: sitio web oficial de la provincia de Córdoba (2023)

Córdoba es un importante centro económico para la Argentina, aunque no está exenta de la situación que atraviesa el país, según el panorama que aporta el Banco Mundial (2023), Argentina es una de las economías más grandes de América Latina, con abundantes recursos naturales, tierras agrícolas fértiles, enorme potencial en energías renovables y líder en producción de alimentos. Luego de la pandemia tuvo una rápida recuperación, aunque la

actividad económica se encuentra contraída, afectada por un estricto control de importaciones a fin de sostener la acumulación de reservas, al tiempo que una sequía histórica limita las posibilidades de crecimiento y la inflación continua su sendero ascendente. Por todo ello, la economía muestra desbalances macroeconómicos que limitan la sostenibilidad del crecimiento.

Al mismo tiempo, es importante resaltar que la provincia de Córdoba en los últimos años ha demostrado un importante crecimiento y desarrollo industrial orientado a lo metalmeccánico y agroindustrial. Córdoba posee un gran potencial en el sector alimenticio y es productora por excelencia de agroalimentos, sumado a una política constante de incentivos al sector agrícola e industrial han permitido destacarse en distintos rubros, alcanzando en muchos casos una proyección mundial. Se demuestra una participación activa en las cifras de comercio exterior y los gobiernos son tendientes a impulsar en forma continua la actividad exportadora (Gobierno de Córdoba, 2023).

6.1.2 Oferta de pastas a base de legumbres

La Provincia es una importante productora de cereales, granos y oleaginosas, dentro de los principales cultivos, se destacan la soja, el maíz, el trigo, el girasol, el maní y el sorgo.

En relación al sector de las legumbres, la información disponible y de acceso para el público en general presenta vacíos teóricos al compararla con la existente para los cultivos extensivos tradicionales, por ese motivo se pretende en las próximas páginas recopilar la mayor información académica disponible, explorar sitios web oficiales, y unir todos estos datos a las entrevistas y respuestas obtenidas de empresas, instituciones y cámaras relacionadas al rubro.

La jurisdicción de Córdoba, en su extensión geográfica presenta zonas productivas de tres de las cuatro variedades de legumbres, arveja, garbanzo y lenteja. De acuerdo a la investigación realizada por Zuain, M. Y. (2019) determina que, de la producción de legumbres

en Córdoba, la variante de garbanzo se ha desarrollado en los últimos años con mayor fuerza que el resto, esto se debe principalmente a que las características del garbanzo permiten que sea elegido por los productores para la rotación de sus cultivos, ya que extrae una proporción menor de nutrientes del suelo. Datos obtenidos por la Bolsa y Cámara de Cereales de Córdoba exponen que el cultivo ha triplicado su presencia en cantidad de hectáreas y cuadruplicado su aporte en volumen de producción, convirtiendo a la Provincia en la principal productora de la Argentina.

Existen empresas consolidadas en diferentes puntos geográficos que se dedican al cultivo, producción, industrialización y comercialización de legumbres, que es la materia prima fundamental del producto objeto de análisis. Se identifican cuatro empresas dedicadas al rubro de producción de harina de legumbres, localizadas en el centro de la provincia como se muestra en la Figura 2. El denominador común de todas ellas es el espíritu activo en la construcción de nuevos estándares en la industria alimenticia, que imponen un nuevo paradigma de alimentos saludables, con agregado nutricional y compromiso con el cuidado del medioambiente y los recursos naturales.

Figura 2

Mapa fabricantes de harinas de legumbres en Córdoba



Fuente: elaboración propia a través de la herramienta de Google Map y en base a datos del marco teórico

En el año 2016 nacen en Córdoba dos empresas dedicadas a la producción de pastas a base de legumbres que muestran un crecimiento sostenido con el correr del tiempo, y un protagonismo destacado en los mercados externo, que les ha permitido posicionarse a nivel internacional. A continuación, se desarrollan las características de las compañías que hoy se dedican a la producción de este innovador, saludable y nutritivo producto.

Terra Agroalimentos SRL

Terra Agroalimentos SRL representa la fábrica de alimentos titular de la marca Makarona que fue fundada en el año 2016, y se ubica en la ciudad de Córdoba. Desde el año 2019 se emplaza a la localidad de Mi Granja, y se dedica a la producción de pastas secas a

base de harinas de legumbres. Comercializa productos que naturalmente no contienen gluten y aptos para personas celíacas y alérgicas al trigo, avena, cebada y/o centeno.

Entre los productos que comercializan se encuentran las siguientes variedades: Pasta Arveja Fusilli, Pasta Garbanzo Fusilli, Pasta Lenteja Fusilli, Pasta porotos negros Fusilli, Pasta porotos rojos Fusilli (Makarona, 2023).

Figura 3

Makarona - Pastas a base de harina de legumbres



Fuente: Sitio web Makarona - <https://makarona.com.ar/>

En la actualidad, la empresa Makarona, se encuentra presente tanto en el mercado nacional, como en el mercado externo, tiene participación en Chile, Paraguay y Uruguay y los atiende a través de una red de importadores, distribuidores, cadena de supermercados y tiendas saludables que confían y apuestan al producto. Fuente primaria de información deja ver que el objetivo de la empresa es ser una firma netamente exportadora, en primer lugar, apuntando al Mercosur, luego al resto del mundo mediante un trabajo contante orientado a este enfoque. Hoy el mercado externo constituye un 80% de la producción de la empresa y poseen en la planta de la localidad de Mi Granja las maquinarias e infraestructura adecuada para potenciar e iniciar nuevos acuerdos con mercados del exterior. A partir del contacto con la empresa se conoce que la capacidad

es ociosa para ciertos productos, en parte justificándolo por la situación económica que está atravesando la Argentina. La compañía resalta la importancia de una participación activa en ferias internacionales asociadas a la exposición del producto, publicidad y eventos para potenciar el negocio, así como también el valor de contar con personal especializado y dedicado a la evaluación de las normas de destino, para que los productos sean aceptados en forma exitosa en cada uno de los mercados.

Legume S.A.S.

Legume S.A.S es otra de las Fábrica de alimentos ubicada en la ciudad de Córdoba, constituida en el año 2016 se dedicada a la producción de pastas secas a base de harinas no tradicionales (legumbres). Un producto apto para celíacos, diabéticos y veganos.

Entre las variedades que comercializan se encuentran: la Pasta Arveja Fusilli, Pasta Garbanzo Fusilli, Pasta Lenteja Fusilli, Pasta Porotos negros Fusilli, Pasta Porotos rojos Fusilli (Legume 2023).

Figura 4

Legume - Pastas a base de harina de legumbres



Fuente: Sitio web Legume - <https://legume.com.ar/productos/>

Legume nació con una inversión de tres millones de pesos, y una producción inicial de 500 kilos de pastas, año a año ha logrado aumentar considerablemente la producción y para el 2019 se alcanzaban los 5 mil kilos mensuales. La firma se consolida en el mercado nacional y

obtiene participación en mercados externos a partir del trabajo conjunto realizado con la Agencia ProCórdoba y el Programa de Desarrollo Exportador, que ayuda a las empresas cordobesas a posicionar su oferta en mercados estratégicos, en este caso la empresa apunta a ganar participación en Chile, Uruguay y Paraguay.

A partir del contacto directo con la firma, uno de los socios fundadores manifiesta que la búsqueda de oportunidades y acuerdos en el exterior es constante, aunque hoy la situación interna es desalentadora con un tipo de cambio atrasado, costos de exportación muy altos y una dependencia de tecnología e información de los productores de legumbres, debido a que el producto requiere un manejo consciente de la materia prima para lograr el gluten free. Se reconoce que desde el inicio se mantuvieron inversiones constantes para atender principalmente la demanda interna, permitiéndoles hoy tener una estructura fuerte para también abastecer pedidos del exterior. La complejidad económica y la estacionalidad de las ventas hacen que la capacidad instalada funcione entre un 50% y 90%, dándoles un margen importante para nuevas oportunidades de ventas.

Por lo expuesto, se puede concluir que ambas empresas tienen una dirección bien definida hacia el desarrollo y promoción de alimentos de alto valor nutricional, colaborando con una mejor calidad de vida de la sociedad. Además, sus productos constituyen una propuesta de alimento para las personas celiacas, que no pueden consumir gluten o tienen algún tipo de alergia.

Los precios de mercado de las pastas a base de legumbres suelen encontrarse por encima de los precios de las pastas tradicionales, entre un 60% y 75%, esto se debe a la particularidad del producto y a una baja escala de producción que genera un aumento de los costos unitarios, pero que se espera ir corrigiendo con el crecimiento de la demanda y el desarrollo del sector.

En función a un análisis exploratorio del mercado, las pastas a base de harinas de legumbres, en sus distintas variedades se comercializan bajo los siguientes precios:

- En el mercado local los precios suelen variar entre \$550 y \$700 los 250 gramos la unidad, dependiendo la marca y la variedad.
- El mercado de exportación, que considera precios FCA⁴ en promedia registra operaciones por USD 1,30 los 250 gramos la unidad (Softrade, 2022 - 2023).

6.1.3 Promoción exportadora

A nivel provincial, Córdoba es un importante polo industrial y su potencial exportador está promocionado contantemente a través de programas que colaboran con el desarrollo de esta actividad.

El ProCórdoba es una de las sociedades que promueve la política comercial externa y la inserción internacional de las empresas de Córdoba. Está conformada por economías mixtas en la que los sectores públicos y privados interactúan. Fue creada por el Gobierno de la Provincia de Córdoba mediante la Ley N.º 893, el objetivo principal es consolidar la base exportadora y lograr el crecimiento sostenido de las firmas y los productos en el mercado internacional (ProCórdoba 2023). Esta institución es considerada para muchas empresas de Córdoba una herramienta fundamental para adentrarse en el mundo del comercio exterior, promover la creación de estrategias asociativas, consolidar bases de conocimiento sobre los procesos de exportación, detectar oportunidades comerciales y recibir el incentivo necesario para llevar adelante, la actividad de internacionalización y aumentar la presencia exterior de productos de la provincia de Córdoba.

⁴ Los precios FCA corresponde al precio fuera de fábrica de la mercadería, sumando el acondicionamiento del material para la exportación (embalaje) y el pago de los derechos y tramites de exportación. La mercadería se entrega en un lugar acordado previamente entre las partes.

El Programa de Desarrollo Exportador es parte de una de las actividades centrales que es coordinada por el Servicio de Inteligencia Comercial del ProCórdoba, con el objetivo de vincular y acondicionar la oferta exportable, con la demanda mundial. En relación al caso de análisis, actualmente se encuentra activo el Programa de Desarrollos Exportador Sectorial de Pastas y Panificados que resulta como consecuencia de la metodología de investigación aplicada y fundamentada en informes que se corresponden con el sector, persiguen cumplir con las metas de proveer información relevada, recomendaciones y modelos de internacionalización, crear fortalezas para las empresas de la provincia y fomentar la diversificación productiva del sector.

6.2 CAPÍTULO II: Mercados de destino

En este capítulo se desarrollan cuáles son los mercados internacionales potenciales que traccionan en el consumo de pastas a base de legumbres. Se analizan determinadas variables expuestas en el marco teórico y otros estudios e investigaciones complementarios que permitan visualizar cuáles son los mercados a los que deben apuntar los exportadores de este producto.

6.2.1 Mercados potenciales

En este punto de la investigación se realiza un estudio de los países con tendencias a una mayor ingesta y consumo del producto bajo análisis, por consiguiente, potenciales importadores.

A continuación, se presenta un rango de 15 países que fueron elegidos a partir de 4 variables que se mencionan y se consideran fundamentales en el desarrollo de este estudio; 1) el alto consumo de pastas (medido en kg per cápita), 2) el % de importaciones de legumbres, 3) el % de hectáreas cosechadas de legumbres y por último 4) la cercanía geográfica a la Argentina, los países que se incluyen en esta última variable, son parte del Mercosur y tienen un vínculo con la Argentina no solo por los acuerdos económicos y preferenciales que constituyen, sino también por una cercanía cultural basada en el idioma y los hábitos de hacer negocios (Tabla 14).

A partir de esta selección, se realizan 2 ponderaciones para llegar a un total de 3 países, que serán los que presenten mayores características para ser potenciales consumidores del producto.

Una vez determinados los países, se presentará una breve descripción de cada uno, para resaltar las cualidades positivas que alienta la comercialización y el intercambio de Argentina con ese mercado.

Tabla 14*Variables, selección de países*

#	VARIABLES	PAÍSES
1		Italia
2		Túnez
3	Alto consumo de pastas (KG Per Cápita)	Venezuela
4		Grecia
5		Perú
6		Chile
7		Estados Unidos
8	Alto % de hectareas cosechadas de legumbres (mundial)	India
9		Canadá
10		Myanmar
11	Alto % de importaciones de legumbres (mundial)	China
12		Bangladesh
13	Cercanía geográfica / Acuerdos comerciales	Brasil
14		Uruguay
15		Paraguay

Fuente: Elebaración propia en base a datos del marco teórico.

6.2.2 Primera ponderación

Teniendo en cuenta parámetros socioeconómicos de los países seleccionados, en esta primera instancia se determinan 4 variables para realizar la primera ponderación, 1) Índice del Desarrollo Humano del país en análisis (IDH), 2) PBI Per Cápita en USD, 3) Doing Business, que refiere al ranking que clasifica a los países en la facilidad para hacer negocios y por último 4) la tasa de crecimiento de importaciones. En páginas siguientes se presenta una breve explicación de cada una de las variables seleccionadas para comprender cómo contribuyen en la investigación.

Tabla 15*Variables socioeconómicas - 1 ponderación*

#	PAÍSES	IDH*	PBI PER CÁPITA ** (USD)	DOING BUSINESS ***	TASA DE CRECIMIENTO IMPORTACIONES ****
1	Italia	0,895	35.658	56°	25,40%
2	Túnez	0,731	3.807	78°	22,66%
3	Venezuela	0,691	2.895	188°	18,29%
4	Grecia	0,887	20.193	79°	29,28%
5	Perú	0,762	6.622	76°	40,66%
6	Chile	0,855	16.265	59°	55,08%
7	Estados Unidos	0,921	70.249	8°	21,92%
8	India	0,633	2.257	77°	53,41%
9	Canadá	0,936	51.988	23°	20,35%
10	Myanmar	0,585	1.210	165°	-18,12%
11	China	0,768	12.556	46°	30,09%
12	Bangladesh	0,661	2.458	176°	53,16%
13	Brasil	0,54	7.507	109°	41,09%
14	Uruguay	0,809	17.313	101°	36,43%
15	Paraguay	0,717	5.891,5	125°	32,72%

Notas: (*) El IDH, índice del desarrollo humano, es un indicador que sintetiza varios datos tales como esperanza de vida, nivel de educación, carreras profesionales, acceso a la cultura. Fuente: Naciones Unidas 2021.

(**) PBI per cápita, es el promedio de Producto Bruto por cada persona. Fuente: Banco Mundial 2021.

(***) Doing Business, es un ranking que clasifica los países entre el puesto 1 y 190 en la facilidad para hacer negocio.

(****) Tasa de Crecimiento de Importaciones. Fuente: World Trade Organization, (en español Organización Mundial del Comercio),

La Tabla 16 muestra los resultados de la primera ponderación, a las 4 variables se le asignó un puntaje máximo, en el caso del IDH y el PBI Per cápita 150 puntos y para las variables de doing business y tasa de crecimiento de importaciones, se fijó 100 puntos. En cuanto a las

asignaciones, es válido aclarar que para todas las variables se estableció la puntuación máxima para los 5 países mejor posicionados, a los 5 siguientes, se le atribuyó 25 puntos menos y el mismo criterio para los 5 países con el ranking más desfavorable.

Tabla 16

1° ponderación - variables socioeconómicas

#	PAÍSES	IDH	PBI PER	DOING	CRECIMIE	PUNTAJE FINAL ACUMULADO
		PUNTAJE	CÁPITA	BUSINES	NTO	
		Máximo	Máximo	Máximo	Máximo	
		150	150	100	100	
1	Italia	150	150	100	75	475
2	Túnez	125	100	75	50	350
3	Venezuela	100	100	50	50	300
4	Grecia	150	150	75	75	450
5	Perú	125	125	75	100	425
6	Chile	150	125	100	100	475
7	Estados Unidos	150	150	100	50	450
8	India	100	100	75	100	375
9	Canadá	150	150	100	50	450
10	Myanmar	100	100	50	50	300
11	China	125	125	100	75	425
12	Bangladesh	100	100	50	100	350
13	Brasil	100	125	50	100	375
14	Uruguay	125	150	75	75	425
15	Paraguay	125	125	50	75	375

Fuente: Eleboración propia en base a datos de la investigación

- Índice del Desarrollo Humano (IDH), este indicador es relevante ya que mide tres elementos básicos de la vida humana, la longevidad, los conocimientos y los niveles de vida dignos, así lo indica el Informe del Desarrollo Humano de las Naciones Unidas

(1990). Para el elemento de longevidad se considera el indicador de la esperanza de vida, que tiene una estrecha relación con la salud y la nutrición. El segundo componente es la alfabetización y el tercero se refiere al manejo de los recursos para llevar un nivel de vida digno. Aquellos países que se puntuaron con un IDH más elevado se debe a que su población tiene un mejor desarrollo humano basado en los elementos descriptos.

- PBI Per Cápita en USD, es una variable macroeconómica que muestra el nivel de riqueza y bienestar de un territorio en un momento determinado, los valores más altos en la ponderación corresponden a países con mayor estabilidad económica.
- Doing Business, este indicador evalúa el entorno para los negocios en cada economía, el ranking clasifica a los países entre el puesto 1 al 190 en facilidad para hacer negocios, son considerados alrededor de 10 indicadores y se analizan las normas que afectan a las empresas desde su inicio, durante sus actividades y hasta el cierre de sus operaciones. Una buena puntuación en este indicador, significa que los gobiernos están alentando un entorno empresarial que estimula el crecimiento económico sostenible.
- Tasa de crecimiento de importaciones, (%) anual, es uno de los indicadores relacionado al comercio internacional del país. Los valores más altos dejan en manifiesto políticas más favorables y de apertura al intercambio comercial.

El resultado de la valoración arroja 11 países, siendo los últimos 3 de iguales puntuación, por ese motivo se realiza una segunda instancia de revisión (Tabla 17), para que de los 3 países solo queden 2, totalizando 10 posiciones para este primer análisis.

Tabla 17*1° ponderación - variables socioeconómicas*

#	PAÍSES	IDH	PBI PER	DOING	CRECIMIE	PUNTAJE
		PUNTAJE	CÁPITA	BUSINES	NTA	FINAL
		Máximo	Máximo	Máximo	Máximo	ACUMULAD
		150	150	100	100	O
1	India	125	100	100	100	425
2	Brasil	100	150	75	75	400
3	Paraguay	150	125	50	50	375

Fuente: Eleboración propia.

A partir de los resultados expuestos y bajo la mirada de este análisis, los 10 países mejores posicionados son: Italia, Chile, Grecia, Estados Unidos, Canadá, Perú, China, Uruguay, India y Brasil.

6.2.3 Segunda ponderación

En esta segunda etapa se consideran variables de consumo relacionadas al producto de investigación, como también parámetros sobre la salud de la población e indicadores económicos vinculadas al comercio internacional, entre ellos: 1) gasto de consumo de los hogares (crecimiento anual), 2) consumo de legumbres (per cápita anual), 3) consumo de pastas (per cápita anual), 4) Índice de Salud de Bloomberg, 5) Acuerdos Preferenciales y de Libre Comercio con Argentina (Tabla 18). En páginas posteriores se amplía el detalle de cada una de las variables y la importancia de esta selección.

Tabla 18*Variables de consumo, salud y económica - 2 ponderación*

#	PAÍS	GASTO DE CONSUMO DE LOS HOGARES (CRECIMIENTO ANUAL %)	CONSUMO (KG PER CÁPITA) LEGUMBRES	CONSUMO (KG PER CÁPITA) PASTAS	ÍNDICE DE SALUD GLOBAL DE BLOOMBERG	ACUERDOS PREFERENCIALES Y DE LIBRE COMERCIO - ARGENTINA
1	Italia	5,2	12	22.9	91,59	NO
2	Grecia	5,8	3,1	12.2	82,29	NO
3	Perú	11,7	7,5	9.9	54,9	SI
4	Chile	20,3	2,4	9.6	73,21	SI
5	Estados Unidos	8,3	5,3	8.8	73,02	NO
6	Canadá	4,9	10,6	6,3	85,7	NO
7	China	13,3	2,5	<1	62,52	NO
8	Brasil	3,5	20,1	5,4	51,2	SI
9	Uruguay	2,3	2,3	7,5	65,66	SI
10	India	7,3	15,34	<1	53	NO

Fuente: Eleboración propia en base los ultimos datos del Banco Mundial, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Organización Internacional de la Pasta y Ministerio de Economía de la Argentina

La Tabla 18 muestra los resultados recopilados de cada uno de los parámetros, los datos corresponden a las ultima actualizaciones estadísticas de Organizaciones Internacionales, en este caso particular, la gran mayoría son tomas del año 2021, excepto el Índice de Salud Global de Bloomber que corresponden al Ranking 2019.

La segunda ponderación, se muestra en la Tabla 19, las 5 variables presentadas se trabajaron bajo la misma metodología que la anterior, se asignó una puntuación máxima según la relevancia en el análisis y se fue puntuando de acuerdo al ranking de países de mejor a menor posición.

Tabla 19

2° ponderación, variables de consumo, salud y económica

#	PAÍS	GASTO DE CONSUMO DE LOS HOGARES (CRECIMIENTO ANUAL %) PUNTAJE	CONSUMO (KG PER CÁPITA) LEGUMBRES PUNTAJE	CONSUMO (KG PER CÁPITA) PASTAS PUNTAJE	ÍNDICE DE SALUD GLOBAL DE BLOOMBERG PUNTAJE	ACUERDOS PREFERENCIALES Y DE LIBRE COMERCIO - ARGENTINA PUNTAJE	PUNTAJE FINAL ACUMULADO
		Máximo 100	Máximo 150	Máximo 200	Máximo 100	Máximo 100	
1	Italia	25	125	200	100	0	450
2	Grecia	50	75	200	75	0	400
3	Perú	75	100	175	25	100	475
4	Chile	100	50	175	75	100	500
5	Estados Unidos	75	100	150	50	0	375
6	Canadá	25	125	125	100	0	375
7	China	100	75	100	25	0	300
8	Brasil	0	150	125	0	100	375
9	Uruguay	0	50	150	50	100	350
10	India	50	150	100	0	0	300

Fuente: Elaboración propia

- Gasto de consumo de los hogares (crecimiento anual), este indicador contempla el gasto de los hogares en bienes y servicios que se utilizan para satisfacer las necesidades de los miembros del hogar, el crecimiento de estos valores en forma anual es un indicador económico positivo de las familias de un país.
- Consumo de legumbres (per cápita anual), este indicador contabiliza el consumo total de un país sobre los habitantes del mismo en un determinado período. Un alto consumo plantea la posibilidad de mayor familiaridad y cercanía de las sociedades con el producto.
- Consumo de pastas (per cápita anual), al igual que el punto anterior, esta variable pretende conocer cuáles son los países con mayor predisposición a la ingesta del producto, se asigna una puntuación máxima elevada por el peso que representa este indicador.

- Índice de Salud global de Bloomberg, es una de las métricas diseñadas para medir el bienestar nacional, tiene en cuenta varios factores como ser el riesgo para la salud, disponibilidad de agua limpia, esperanza de vida media, desnutrición, causas de muerte, entre otras. En el Ranking 2019 la puntuación más alta fue asignada a países que llevan una dieta mediterránea basada en grasas saludable, legumbres, frutas y verduras, y menos carnes rojas y alimentos procesados.
- Acuerdos preferenciales y de libre comercio, este parámetro es relevante en términos económicos ya que involucra una reducción o eliminación arancelaria, facilitando el intercambio internacional entre los países, se le asigna una puntuación máxima de 100 puntos, debido a la importancia que representa esta variable en el análisis.

La Tabla 19 muestra los resultados de la segunda ponderación, los 3 países mejor posicionados para exportar pastas a base de legumbres desde la Argentina son: Chile (500 p.), Perú (475 p.) e Italia (450 p.). Seguidamente se expone un detalle de cada uno, destacando las cualidades principales que se deben tener en cuenta para una exitosa comercialización. Los datos que se presentan a continuación se extraen de las investigaciones de mercado que aporta el ProCórdoba bajo el marco del Programa de Desarrollo Exportador de Pastas y Panificados: ProCórdoba (2017) y Herrero G. (2017), información del Banco Mundial y contenido del marco teórico expuesto.

6.2.4 Chile

Situación geográfica / demográfica: La República de Chile se encuentra situada entre el océano Pacífico y la Cordillera de los Andes, en el extremo sur occidental del continente americano. Limita al norte con Perú, al noreste con Bolivia, al este con Argentina, al oeste y sudoeste con el océano Pacífico y al sur con el paso de Drake. El relieve chileno es muy variado

en toda su longitud lo que permite la coexistencia de climas diversos. Tiene una población de 19.493.184 y es considerado un país medio en relación a los habitantes.

Situación política legal: Chile es un Estado unitario, democrático y de carácter presidencialista, regido por la Constitución política que entró en vigencia en 1981. La estrategia económica internacional que ha adoptado el país, es el denominado “regionalismo abierto”, que contempla la apertura unilateral, las negociaciones comerciales multilaterales y la apertura negociada a nivel bilateral y regional creciente. La dinámica de negociaciones implementada ha sido de gran actividad en los últimos años, lo que le ha permitido tener 33 acuerdo comerciales vigentes con diferentes países.

Figura 5

Ubicación de Chile en el mapa



Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

Situación económica: el país tiene una reconocida trayectoria en el desarrollo, con un fuerte dinamismo económico, sin embargo, el crecimiento se ha ido desacelerando, estancándose la productividad y el progreso en equidad. El 30% de la población es económicamente vulnerable y la desigualdad de ingresos es elevada. Las perspectivas a mediano plazo quedarán determinadas por la capacidad de generar un crecimiento más

inclusivo e impulsado por la productividad, preservando al mismo tiempo fundamentos macroeconómicos sólidos.

Hábitos alimenticios: en los últimos años el consumidor chileno, en especial el de clase media y alta, se ha volcado al consumo de productos de mayor calidad e innovadores. Se consolida el segmento Premium y se incrementa la preocupación por la alimentación saludable, esto ha permitido que surjan nuevas propuestas de alimentos con menor contenido graso y de azúcar. Un nicho para explotar, son los productos libres de gluten. Además de la razón médica que existe para las personas celíacas, hay otros motivos que impulsan su ingesta, por ejemplo, personas con sensibilidad al gluten que deben eliminar esta proteína de sus dietas, consumidores que consideran que es más sano comer sin gluten o que les ayudaría para bajar de peso.

A partir de datos que aporta Euromonitor Internacional en el corriente año, la pasta se destaca como una opción firme y preferida entre la población chilena y un estudio aplicado a más de 3 mil adultos reconoció un aumento del 25 % en el consumo de legumbres de la población omnívora, y un 54,5% de aumento en vegetarianos y veganos Samuel Durán-Agüero, et al. (2023).

La pasta a base de harinas de legumbres es un producto naciente, una opción saludable, cuyos consumidores son especialmente jóvenes, dentro de las marcas que se comercializan la mayoría son importadas como Wakas (Argentina), El dorado (Colombia) y otras diversas de Italia y España. El precio de estos alimentos en unidad de 250 gramos ronda los USD 4,12. A nivel nacional en los últimos años se consolidó una empresa productora 100% de harina de legumbres bajo la marca Cosecha Justa, que ha logrado un crecimiento exponencial y trabaja con las variedades de lenteja, garbanzo y arveja con un precio de referencia de USD 3,07 los 250 gramos.

Comercio exterior: los productos importados de pastas y panificación ingresan a Chile principalmente desde Argentina. Este país es uno de los mayores consumidores de pastas de la región latinoamericana, con un estimado de 9,6 kilogramos por persona, la pasta es un producto muy presente en la alimentación de los chilenos.

Normas y reglamentos: la mayoría de los trámites para la importación de los productos recaen en el importador. La importación de alimentos, de cualquier tipo, involucra dos tipos de trámite ante la Secretaría Regional Ministerial de Salud de la Región Metropolitana (Seremi). En primer lugar, se debe solicitar un certificado de destinación aduanera y posteriormente, se debe obtener la autorización de uso y disposición.

Medios de pagos: normalmente los acuerdos comerciales se cierran con pago del 30% anticipado y 70% con documentos de embarque. Es usual que a los clientes se les otorgue crédito por 60 y 90 días.

Estructura de distribución: es muy importante detectar el canal comercial que tiene desarrollado el importador, considerando si el producto va a ser vendido en grandes superficies de supermercados o en tiendas más pequeñas. También es relevante identificar la fuerza de distribución y ventas que tiene el importador, en la medida que lo requiera el producto y la marca, no es habitual culturalmente la intervención de intermediarios.

Promoción de ventas: generalmente es el exportador quien contacta al importador vía email, o enviando catálogos, aunque la herramienta con mayor fuerza para la venta es disponer de una buena plataforma web. La preferencia de muchos importadores es encontrarse con los exportadores en el marco de las ferias, para contrastar precios y productos. Las ferias a las que más asisten los importadores chilenos no son las de Argentina o Brasil, sino que tienen mucha

presencia en feria europeas, en Chile se organiza la Feria Espacio Food & Service, en Santiago de Chile, que es de gran relevancia en la industria de alimentos.

6.2.5 Perú

Situación geográfica / demográfica: Perú se ubica en la parte occidental de América del Sur y su territorio limita al norte con Ecuador, noreste con Colombia, este con Brasil, y sureste con Chile y Bolivia. La población es de 32.440.172, y la sociedad se caracteriza por experimentar grandes cambios en las últimas décadas, entre ellos un proceso de envejecimiento de la población.

Situación política legal: La República del Perú se encuentra organizada bajo un Estado, con base en la última versión (1994) de la Constitución política del Perú. Si bien la Constitución señala que el país se rige bajo una economía social de mercado, en la cual la iniciativa privada es libre y el Estado asume un rol regulador, las prácticas políticas dependen del gobierno de turno. El estado peruano es unitario, con separación de Poderes, ejecutivo, legislativo y judicial. Además, la constitución, establece Organismos autónomos para labores específicas y el país cuenta con gobiernos regionales.

Figura 6

Ubicación de Perú en el mapa



Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

Situación económica: los fundamentos macroeconómicos de Perú son sólidos, así lo determina el Banco Mundial, con una relación entre deuda pública y producto interno bruto (PIB) baja, reservas internacionales considerables y un banco central confiable. Luego de recuperarse rápidamente de la crisis del COVID-19, el Producto Bruto Interno (PBI) de Perú creció 2,7 % en 2022, apoyándose en el dinamismo del consumo privado y las exportaciones. Un objetivo importante es reducir el tamaño relativo del sector informal, otro, es mejorar la calidad de los servicios, como la educación, la salud y el abastecimiento de agua, lo que va a permitir la reducción de la pobreza en el país.

Hábitos alimenticios: Perú tiene altos índices de obesidad, la mala alimentación y el sedentarismo son las causas principales, es necesario que el peruano cambie su estilo de vida mejorando sus hábitos alimenticios y realizando actividad física a diario. Un nicho de mercado a explotar son los productos orgánicos, para personas celíacas y otras variedades más específicas de alimentos y bebidas en general, además la Organización Mundial de la Salud (OMS), considera que el mercado de productos gourmet crece a un ritmo sostenido.

Las llamadas menestras por los peruanos a las legumbres, tienen un reconocimiento que se va potenciando año a año, aunque no se observa al mercado de pastas a base de harinas de legumbres desarrollado, si existen empresas que se dedican a la producción de pastas libre de gluten especialmente a base de arroz o de harina de Konjac, que atienden a un mercado específico, como ser personas celíacas o que buscan alternativas saludables. Se prevé que la pasta experimente un crecimiento significativo a futuro y se espera la introducción de nuevas variedades, incluidas las sin gluten según datos que aporta el proveedor de inteligencia comercial Euromonitor Internacional (2023). Los precios de referencia rondan los USD 3,51 la unidad de 250 gramos. A partir de esta información se avizora en Perú un mercado destino

potencial para la Argentina, de grandes oportunidades, crecimiento y trabajo de difusión para que este agroalimento, tenga la aceptación correspondiente.

Comercio exterior: Perú es un país que tiene una gran apertura a las importaciones del rubro alimenticio, aunque no existe un volumen alto de importaciones en relación a las pastas y no se visualiza intercambios comerciales sostenidos en el tiempo con Argentina. Cuentan con una muy buena capacidad instalada de la industria fideera, lo que le permite atender la demanda nacional y exportar a los países de Latinoamérica. En Perú las pastas son parte de la dieta diaria, los fideos secos son el principal producto alimenticio que consumen, el promedio per cápita es de 9,9 kilos al año.

Normas y reglamentos: la división de Registro Sanitario y Certificación Sanitaria tiene como objetivo evaluar el cumplimiento de los lineamientos técnico normativos y requisitos para el otorgamiento del Certificado de Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas industrializados, sean de fabricación nacional o importados, así como generar un sistema único de codificación, sujetos a vigilancia y control sanitario. Los productos de importación deben ajustarse también a las normas de etiquetado que dicte el gobierno.

Medios de pagos: la carta de crédito es el medio de pago más utilizado en las transacciones de comercio exterior con Perú, teniendo en cuenta que ofrece condiciones de equilibrio y garantía para ambas partes. Si la relación es de confianza y bajo riesgo se suele utilizar giro o transferencia. El pago anticipado se utiliza únicamente en casos muy específicos y de gran confianza entre las partes.

Promoción de ventas: las ferias son un buen punto de encuentro para los intercambios comerciales, aunque el contacto se mantiene vía email entre cliente- proveedor y para una buena

promoción es necesario que las empresas vendedoras dispongan de una consolidada e interactiva plataforma web.

6.2.6 Italia

Situación geográfica / demográfica: La República Italiana se encuentra situada en el sur de Europa, en el centro del Mediterráneo. Forma una península que se extiende desde los Alpes hasta las cercanías de la costa africana. Limita al norte con Francia, Suiza, Austria y Eslovenia. Tiene una población de 59.236.213 y su densidad es de 195 habitantes por km².

Situación política legal: Italia es una República Parlamentaria, y el sistema político que aplica es definido en la Ley Suprema: La Constitución de la República Italiana de 1948. El poder ejecutivo está a cargo del Gobierno, formado por tres órganos: el Presidente del Consejo de Ministros, que es el jefe de Gobierno, los Ministros y el Consejo de los Ministros.

Situación económica: Italia es una de las economías más importante y más grande del mundo, esta nación con el tiempo se ha convertido en un punto estratégico administrativo y

Figura 7

Ubicación de Italia en el mapa



Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

financiero, que posee uno del mercador más grande de Europa. El país tiene un sector industrial robusto, así como un diversificado y fuerte sistema de exportaciones, si bien ha mostrado un crecimiento económico importante posterior a la situación del COVID-19 los desafíos están puestos en la crisis energética, la lucha contra la inflación y el control de la deuda.

Hábitos alimenticios: las encuestas vinculadas a la salud de los italianos revelan que la sociedad tiene hábitos saludables de consumo, suelen evitar los conservantes, colorantes y los productos modificados genéticamente. Reportes sobre alimentación y salud muestran que 2 de cada 3 italianos le preocupan los aditivos en los alimentos, al 55 % le gustaría encontrar productos del todo naturales en el mercado y el 37 % está dispuesto a sacrificar el sabor para cuidar de su salud.

En los últimos años se ha observado en Italia un aumento importante en el consumo de legumbres. Esta tendencia se atribuye en gran medida a una mayor conciencia de los beneficios para la salud asociados a este tipo de alimentos, así como a un creciente interés por una dieta más sana y equilibrada.

Por su parte, el mercado de pasta de legumbres, está ocupando cada vez más espacio en los supermercados italianos, este tipo de pasta, nacida como alternativa para celíacos, ha conseguido ampliar su público consumidor en pocos años, el interés por este alimento también está aumentando gracias al redescubrimiento de la materia prima, las proteínas vegetales, cuya demanda ha crecido en los últimos años. Son varios las marcas que se hacen presente, el mercado nacional es fuerte y algunas marcas destacadas son Felicia, Pasta Natura, Dalla Costa, con precios promedio de venta al consumidor de USD 3,32.

Comercio exterior: gracias a su posición geográfica, Italia se convierte en un paso importante en Europa tanto para recibir, como para enviar mercancías hacia el continente

americano. El país es el décimo exportador y el undécimo importador a nivel mundial. La relación bilateral Argentina-Italia ha sido deficitaria, aunque se registraron mejoras en el saldo de la balanza a favor de la Argentina, que arrojó un saldo positivo en 2019.

Normas y reglamentos: cualquier empresa que desee comercializar productos con Italia deberá cumplir con las normas y regulaciones que exige la Unión Europea, el proveedor las debe conocer en detalle y el cliente tiene que exigir las previo al cierre comercial.

Promoción de ventas: al igual que los países anteriores las ferias son de gran importancia para conocer los productos que se van a intercambiar, los italianos suelen construir relaciones de confianza, por lo que el contacto debe mantenerse por todos los medios de marketing digital necesarios.

6.3 CAPÍTULO III: Desafíos y oportunidades para la exportación

El compendio de información expuesto, constituye la base para un análisis descriptivo sectorial del potencial exportador del producto. En las siguientes páginas se utiliza la herramienta FODA para destacar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la producción y exportación de las pastas a base de harinas de legumbres, con el objetivo consecuente de presentar estrategias para la correcta comercialización del producto en el exterior.

6.3.1 Análisis F.O.D.A.

Se enumeran las fortalezas y las debilidades de la producción y exportación de pastas a base de legumbres en Córdoba y por otro lado las oportunidades y amenazas del contexto para llevar adelante la actividad.

- Fortalezas
 - El producto se destaca por tener propiedades nutritivas y benéficas en relación al aporte de fibras y al menor porcentaje de hidrato de carbono comparado a las pastas tradicionales, lo que permite consolidar una fuerza diferencial en relación a otros alimentos.
 - Los precios FCA de las empresas analizadas son competitivo comparado a los valores que se comercializa en los países destino propuestos (Chile, Perú e Italia).
 - Las empresas que se encuentran en actividad son jóvenes, con gran incentivo de crecimiento, de aplicación tecnológica a los procesos y gran espíritu de evolución.
 - La disposición y el aporte de una institución como la Agencia ProCórdoba, es fundamental en el conocimiento y acompañamiento a la inserción internacional de las empresas ya que, considerando los casos, las estructuras empresariales son

jóvenes y no cuentan con áreas totalmente consolidadas respecto al comercio exterior.

- La capacidad instalada de las empresas estudiadas es suficiente y adecuada en el proceso de internacionalización inicial, lo que implica que en un corto plazo no se necesitarían grandes inversiones en este aspecto y se utilizaría la estructura con la que cuentan, en suma, se ha mencionado que existe capacidad ociosa para producir algunas variedades por la situación económica de la Argentina que ha causado una contracción en las ventas, la coyuntura nacional da lugar a la aparición de esta fortaleza para impulsar los acuerdos y negociaciones internacionales. En el largo plazo debería estudiarse los volúmenes que se van a alcanzar de comercialización en el extranjero para saber si será necesario mayor infraestructura y maquinarias.

- Debilidades

- Al tratarse de un producto y un sector que se encuentra en etapa de crecimiento, son solo 2 las empresas que tienen fabricación en Córdoba y los volúmenes de exportación son bajos, al igual que los fabricantes de harinas de legumbres que son un número reducido. Se acentúa en este punto la falta de cadenas de valor competitivas y sostenibles que puedan satisfacer los respectivos potenciales de la demanda.
- La falta de atomización, tecnología e información entre los actores intervinientes en el proceso y la informalidad presente en la cadena de producción.
- Los elevados costos logísticos y alta aplicación impositiva en toda la cadena de aprovisionamiento, producción y exportación que reducen los márgenes de competitividad.

- Oportunidades

- A nivel mundial se enfrenta un gran desafío para brindar una nutrición sostenible a la población, los alimentos con beneficios nutricionales son un gran aporte a la dieta contemporánea. Por otro lado, los hábitos alimenticios a nivel mundial están cambiando y se observa un mercado creciente de consumo de producto más sanos y comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- Por su parte la Argentina tiene un destacado posicionamiento a nivel global en la producción (puesto 13) y consumo (puesto 18°) de pastas, lo que favorece al desarrollo y crecimiento del sector, a través de la difusión de un producto innovador. Sumado a la imagen positiva de la Argentina a nivel mundial, como fabricante de productos alimenticios, lo que deriva en mejores condiciones para el ingreso del producto en el exterior y la aceptación.
- El país posee excelentes condiciones agroecológicas para el cultivo de legumbres, y los suelos de Córdoba no son la excepción. Los productores tienen en sus manos la alternativa de extender y diversificar sus cultivos con esta opción ecológica y que tiene aplicación en la producción de un alimento innovador en el mercado.
- La provincia de Córdoba es un polo industrial dentro del país y su potencial exportador está promocionado contantemente a través de Programas que colaboran con el desarrollo de esta actividad.
- Chile y Perú, dos de los países destino propuestos tienen acuerdos comerciales con Argentina, lo que constituye una excelente oportunidad para profundizar las negociaciones y relaciones comerciales de este producto. Bajo este aspecto también se puede considerar como posibles importadores otros países del Mercosur que tuvieron un buen posicionamiento en el análisis como ser Brasil y Uruguay.

- Perú, no tiene un mercado desarrollado en relación al producto lo que representa una excelente oportunidad de territorio a explotar, con buenas estrategias de ingreso y difusión.
 - Los países Chile y Perú presentan un mercado de pastas de legumbres más consolidado y en estos casos el conocimiento del producto se encuentra más extendido, lo que plantea una oportunidad de ingreso bajo estrategias diferenciales para lograr la aceptación.
 - Finalmente destacar que Chile es una economía basada en importaciones, la apertura al ingreso de productos del exterior esta muy extendida en toda la sociedad, lo que facilita la llegada a este mercado.
- Amenazas
 - Las empresas deben ajustarse a la normas y regulaciones que exigen en la Argentina para la producción y comercialización de un producto alimenticio, pero también se deben considerar las que aplican los países destino para autorizar las importaciones.
 - La burocracia administrativa en el proceso de exportación, las barreras arancelarias, técnicas (como certificaciones y normas sanitarias), socioculturales y legales frenan a los emprendedores a lanzarse al mundo de las exportaciones por temor a los costos y los procedimientos exigidos.
 - La situación económica de la Argentina constituye una amenaza constante al flujo de las exportaciones, la actividad en termino generales contraída, el clima de sequía, el tipo de cambio atrasado y la inflación ascendente, no aportan un panorama alentador al desarrollo sostenible del sector.
 - Las sequias prolongadas pueden influir negativamente en el negocio, ya que el resultado de las cosechas no es el esperado y por consecuente la materia prima

disponible se ve reducida, el factor climático no es menor en la producción de estos alimentos.

- Los productos tradicionales como ser las pastas de haría de maíz representan una competencia directa por los precios y el alcance que han logrado a lo largo de los años, si bien las pastas a base de legumbres apuntan a un segmento distinto, se trata de un producto joven, que no ha logrado la madurez y está expuesto constantemente a las amenazas de la competencia y de productos sustitutos.

6.3.2 Estrategias de expansión

En este ultimo punto se proyecta algunas propuestas estratégicas para impulsar al sector, a la producción de pastas a base de legumbres y la exportación a los países propuestos, centrandó la atención en el análisis FODA, especialmente en el aprovechamiento de las oportunidades y fortalezas y minimizando las amenazas y debilidades.

La internacionalización de las empresas puede darse de muchas y variadas formas, en este caso en particular, sobre la inserción de pastas a base de legumbres, donde las empresas que las producen son jóvenes, y en su mayoría PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) la estrategia más acertada de ingreso es la que se propone desde la perspectiva de procesos, a través de un compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de conocimiento y el aumento de recursos involucrados (Modelo Uppsala).

El modelo Uppsala considera la entrada en primer lugar a mercado más próximo geográficos y psicológicamente (aquellos que tienen mayores semejanzas culturales, de idioma, políticos, legales) al país de origen, para luego ir introduciéndose a mercados con una distancia mayor en estos aspectos. En el caso de estudio, podría considerarse como primer país de ingreso Chile, luego otros países del Mercosur con buen posicionamiento obtenido en el análisis como

Uruguay y Brasil, para posteriormente extenderse a mercados más alejados como Perú e Italia, en este último caso un destino con notoria distancia, tanto psicológica como geográfica.

El motivo principal de toda internacionalización no debe perderse de vista ya que es la rentabilidad o el incremento de las ventas de una empresa, esto es lo que empuja a las compañías a llegar al exterior, pero la tarea tiene que ir acompañada de estrategias que permitan llegar con éxito a los objetivos, el producto en análisis tiene todavía mucho aspecto por consolidar, algunas propuestas son:

- ✓ Estrategia competitiva de especialización en diferenciación, dentro del mercado genérico de las pastas, el producto tiene una particularidad que es la materia prima a base de legumbres, es decir se pretende servir a un determinado público, aquel preocupado por la salud, por el medio ambiente o que por algún otro motivo opte por esta variedad de producto. Apuntar a la calidad de estándares internacionales, acompañado del aporte de tecnología es otra de la cualidad muy valorada en el rubro alimenticio que suman a la diferenciación.
- ✓ Estrategia de salida al exterior conjunta, que implica aunar fuerzas empresariales y motivar a través de políticas nacionales y provinciales a nuevas compañías a ingresar al rubro. La creación de clústeres relacionados al sector productivo es una oportunidad a los efectos de impulsar una agenda de trabajo con objetivos concretos y factibles de alcanzar, relacionados principalmente a la obtención de productos competitivos en el exterior.
- ✓ La estrategia de salida al exterior en forma directa a través de un distribuidor, también es una alternativa para la comercialización, en este caso la empresa debe seleccionar en forma directa un importador, que a su vez distribuya en el mercado destino.

- ✓ Estrategias de expansión, crecimiento y consolidación del mercado a nivel nacional e internacional, para ello se propone la aplicación de herramientas de marketing bien definidas, efectivas y agresivas para que el producto, que se encuentra en una etapa de crecimiento, logre una buena difusión y una mayor aceptación de los consumidores. Hay que considerar que cada país tiene su propia idiosincrasia, forma de hacer negocios y concebir el mundo que afectan el desempeño empresarial. Tener presente estos aspectos, estudiarlos y analizarlos previamente, es un poder diferencial importante para lograr el éxito de las empresas exportadoras.
- ✓ La creación de un sistema de información y trazabilidad integral, aportaría a transparentar las relaciones comerciales entre los participantes de la cadena, implementando registros de productores, establecimientos, comercializadores y trabajadores para así crear mecanismos de formalización en la cadena. El trabajo conjunto interprovincial para el aprovisionamiento de las materias primas también es un buen punto para potenciar la actividad y lograr mayores volúmenes productivos.
- ✓ La estrategia logística no es menor y dependerá de cada país destino en particular y la condición de venta acordada con el comprador (Incoterm). Hoy en Argentina los costos logísticos son altos y optimizarlos es un gran desafío, en especial para la provincia mediterránea de Córdoba, que llegar al puerto implica un largo recorrido. Es importante determinar la mejor forma de transporte al exterior (terrestre, marítimo o aéreo) según el destino y trabajar con atención en cada etapa para reducir desvíos.

El producto tiene un gran potencial y oportunidades para aumentar su alcance desde Córdoba al mundo, pero se debe lograr en forma ordenada, consciente y estratégica, sin descuidar cada etapa de la cadena e impulsando acciones tendientes, desde las empresas y los gobiernos, a lograr este objetivo.

7 CONCLUSIÓN

Los principales hallazgos del proyecto evidencian que el sector alimenticio mundial enfrenta un gran desafío para brindar una nutrición sostenible en los años venideros, atado especialmente al aumento de la población. Argentina al igual que el resto de los países tiene el deber de contribuir con el llamado de la Organizaciones Internacionales de intensificar la producción, intercambio y comercialización de alimentos.

Los hábitos alimenticios en las últimas décadas fueron tendientes al consumo de preparados y carnes rojas, esto ha hecho saltar la alarma y ha conseguido que ciertas instituciones del ámbito sanitario lleven acciones para tratar de revertir la situación. Una de las iniciativas fue en el año 2016 con la celebración del Año Internacional de las Legumbres, donde se formaron vínculos en toda la cadena alimenticia, para aumentar la producción mundial de legumbres y sus productos derivados, nace desde entonces y se mantiene una tendencia favorable de crecimiento de estos alimentos.

Las pastas secas a base de harina de legumbres, en sus distintas variedades, es un producto relativamente joven en algunos mercados y desconocido para otros. En la Argentina las empresas dedicadas a la producción de este alimento, son un número muy limitado y en el caso de la provincia de Córdoba más aun, solo dos empresas están registradas bajo esta actividad y operan tanto en el mercado nacional como internacional desde el año 2016. Por las características de la provincia, se evidencia que existe un potencial de crecimiento eminente, las condiciones agroecológicas están dadas, el mercado está latente, pero debe ser acompañado por políticas de apoyo enfocadas a extender la producción, el consumo y las ventas internacionales.

También se ha observado que existe un segmento de mercado internacional que se encuentra claramente influenciado por la necesidad de cambiar el estilo de vida, mejorar la calidad a través del consumo de alimentos que prevengan enfermedades, que sean aptos para celíacos y que preserven la salud y el respeto del medio ambiente. Bajo el análisis del capítulo 2 se puede identificar que los 3 países destino con mejores condiciones para exportar el producto en análisis son: Chile, Perú e Italia. Sin dejar de considerar el resto de países del Mercosur como Brasil y Uruguay que quedaron entre las primeras posiciones y son países que tiene una cercanía geográfica y psicológica a la Argentina, lo que permite un buen intercambio. En todos los países seleccionados se destaca en mayor o menor medida la apertura a las importaciones y la tendencia a implementar hábitos de consumo saludables, además de que las pastas representan un alimento protagónico dentro de estas sociedades.

Por otro lado, se han identificado durante el trabajo oportunidades claras para lograr crecimiento del sector, se trata de un producto diferenciado, competitivo, que permite crear puestos de trabajo, beneficiando las comunidades del interior provincial y fortaleciendo la economía de Córdoba al fomentar procesos de agregado de valor para el mercado interno y externo, pero para alcanzar dichas oportunidades es fundamental trabajar en forma conjunta en los desafíos (debilidades y amenazas) que deben atravesar los presente y futuros fabricantes del producto.

Es necesario que aquellas personas que se encuentran en espacios de toma de decisiones, ya sea del ámbito público o privado, cuenten con información oportuna, completa y confiable para el diseño de políticas sectoriales, que permitan flexibilizar las barreras arancelarias, la carga administrativa e impositiva de toda la cadena de producción y exportación. Además, es importante considerar que el contexto económico nacional debe ser revertido, estabilizar la inflación, el tipo de cambio e impulsar el flujo de las exportaciones, van a ayudar a potencial el

sector, pero también hay que tener presente que el comercio internacional es un camino con doble sentido, importación y exportación, la primera muchas veces apalanca el desarrollo de la segunda, la limitación e impedimento de las importaciones tiene inevitablemente efectos de retracción de la economía.

Finalmente, se puede concluir que las pastas secas a base de harina de legumbre son un producto con gran potencial de crecimiento para aumentar las exportaciones desde la provincia de Córdoba, que es indiscutiblemente un polo industrial y económico dentro de la Argentina, pero resulta fundamental que dicho crecimiento debe venir acompañado del accionar conjunto de interesados, empresas, instituciones, cámaras y gobiernos con políticas y acciones tendiente a empujar la actividad.

8 BIBLIOGRAFÍA

Accoroni Cecilia (2012). Cadena de las legumbres. Boletín infoINTA Santa Fe Sur, (15), 1-3.

<https://inta.gov.ar/sites/default/files/script-tmp-cadena-de-las-legumbres.pdf>.

Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica, ANMAT (2023).

Información para la comunidad. Gobierno de Argentina.

<https://www.argentina.gob.ar/anmat/comunidad>

Agencia ProCórdoba (2023). Agencia para la Promoción de las Exportaciones. Institucional.

Servicios. <https://www.procordoba.org/>

Agencia ProCórdoba (2017). Sector Pastas y Panificación Chile. Investigación de Mercado para

la Promoción de las Exportaciones.

https://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/2441-

[Estudio_Mercado_Pastas_Panificacion_CHILE.pdf](https://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/2441-Estudio_Mercado_Pastas_Panificacion_CHILE.pdf)

Banco Mundial, BIRF-AIF (2023). Panorama general. (País: Argentina/Perú/Italia/Chile).

<https://www.bancomundial.org/es/country>

Bernardi Luis A. (2016). Producción y exportación de porotos. Un éxito del NOA. Revista

Alimentos Argentinos. *p.40.*

<https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/revistas/nota.php?id=5#:~:text=El%20poroto%20es%20la%20especie,prote%C3%ADnas%20de%20importantes%20pueblos%20originarios>

Codex Alimentarius (1989). Norma para determinadas legumbres. *Codex Stan171-1989, p.1.*

<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh>

- Código Alimentario Argentino (1969). Alimentos Vegetales. *Capítulo XI Artículo 878, p.15.*
<https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
- Código Alimentario Argentino (1969). Legumbres. *Capítulo IX Artículo 877, p. 14-15.*
<https://www.argentina.gob.ar/anmat/codigoalimentario>
- Díaz, Francisco Ramiro (2011). "Las pastas y sus recetas". Revista Digital Innovación y Experiencia Educativa.
https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_40/Francisco%20Diaz%20Ramiro_1.pdf.
- Encalada-Añazco, R. F., Peñaherrera-Vásquez, D. L., y González-Illescas, M. L. (2021). Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal, 6(2), 157-179.*
<https://doi.org/10.33890/innova.v6.n2.2021.1627>
- Fariás R., Fiant S., Gonzalo A., Meriggiola P., Cerino Rivara L., Aldalur A., Alonso C., Spinazzé C, Perez C., Troccoli J. (2018). La cadena de valor del garbanzo en Córdoba. Bolsa y Cámara de Cereales de Córdoba.
https://www.bccba.com.ar/images_db/noticias_archivos/4374-.pdf
- Gobierno de Córdoba, (2023). Territorio. Sitio Web Oficial de la Provincia de Córdoba.
<https://www.cba.gov.ar/>.
- Guiñazú Fernández, C. (2020). Harinas sin gluten de origen vegetal para el desarrollo de productos alimentarios. Aplicaciones, propiedades nutricionales y características funcionales. Artículo de investigación. Universitat Politècnica de Valencia. <http://hdl.handle.net/10251/157885>

- Herrero Güino, Paloma (2017). Pasta y Panificación en el mercado peruano. Área de inteligencia comercial de la Agencia ProCórdoba.
https://www.procordoba.org/images_db/noticias_archivos/2439-Estudio_Mercado_Pastas_Panificacion_PERU.pdf
- Legume (2023). Sitio web oficial. Institución/productos. <http://legume.com.ar/>
- Lezcano, Elizabeth (2012). Cadena Pastas Alimenticias. Informe de producto. Revista Alimentos Argentinos.
https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/Pastas/Secas/Secas_2012/Pastas_secas_2012.pdf.
- Lezcano, Elizabeth (2014). Harinas de legumbres. Revista Alimentos Argentinos.
<https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/revistas/nota.php?id=91>.
- Makarona (2023). Sitio web oficial. Institución/productos. <https://makarona.com.ar/>
- Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (2019). Cadena de Pastas Frescas- Resumen. Alimentos Argentinos. *p.2*.
https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/HomeAlimentos/Cadenas%20de%20Valor%20de%20Alimentos%20y%20Bebidas/informes/Resumen_Cadena_2019_PASTAS%20FRESCAS%20Oct2019%20final9Dic.pdf
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2021). Producción de LEGUMBRES en Argentina. *p.4-15*
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/magyp_informe_legumbres_julio_2021.pdf

Naciones Unidas (2014). Asamblea General. A/RES/68/231. 68/231. Año Internacional de las Legumbres, 2016. *p.1-2.* <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N13/453/34/PDF/N1345334.pdf>

Naciones Unidas (1990). Desarrollo Humano Informe 1190. Publicado por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). https://Informe_sobre_Desarrollo_Humano_1990.pdf

Olsen, María Florencia (2019). Informe Comercio Exterior Harina de Legumbres. ProSalta. <https://prosalta.org.ar/wp-content/uploads/2019/12/investigacion-de-mercado-harina-de-legumbres.pdf>.

Organización Internacional de la Pastas IPO (2022). IPO Annual General Assambly (Asamblea General Anual de la Organización Internacional de la Pasta). <https://internationalpasta.org/about-ipo/>

Organización Internacional Oxfam (2011). Informe anual de Oxfam 2010-2011. <https://www.oxfam.org>

Prieto G. (2012). Las legumbres: arveja y garbanzo. Publicación INTAEEA Oliveros.

ProSalta, (2022). Informe Comercio Exterior: Harina de Legumbres. Gobierno de la Provincia de Salta. <https://prosalta.org.ar/wp-content/uploads/2022/05/informe-harina-de-leg-2019-2021.pdf>.

Real Academia Española (RAE). Fainá. Diccionario de la Lengua Española. 23° edición <https://dle.rae.es>

Rosenkjaer, M. (2004). Producción de Legumbres. La Argentina Nutritiva y Saludable, características diferenciales de nuestros alimentos. Agro claves. *p. 28-29.*

<http://bibliotecadigital.bolsadecereales.com.ar/greenstone/collect/bolcer/index/assoc/ASH1f19.dir/Produccion%20legumbres.pdf>

Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca (2023). Legumbres. Evolución de la producción hasta el ciclo 2021/22. Informe de Legumbres. *p.1-5*.
<https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe-legumbres-enero-2023-02.pdf>.

Secretaria de Agroindustria (2014). Nutrición y Educación Alimentaria. Legumbres. Revista Alimentos Argentinos. *f.31. p. 4*.
https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/HomeAlimentos/Nutricion/fichaspdf/Ficha_31_Legumbres.pdf

Unión de Industriales Fideeros de la República Argentina, UIFRA, (2020). 2020 Pastas Secas. Estadísticas sectoriales. <https://uifra.org.ar/wp-content/uploads/2020/04/dossier2020v2.pdf>.

Ventanilla Única de Comercio Exterior (2023). Central de Información VUCE. Gobierno de Argentina. <https://ci.vuce.gob.ar/>.

Vergara, C., & Del, G. F. (2017). Nuevos usos de las legumbres y su implicación en la salud. Facultad de Farmacia Universidad Complutense Madrid.
<https://hdl.handle.net/20.500.14352/20655>

Zuain, Mariángeles Yael (2019). Clúster del garbanzo en el centro-norte de la Provincia de Córdoba. Análisis de estrategias en casos de éxito, como potenciadoras de la competitividad del sector. Trabajo Final Maestría. Universidad Nacional de Córdoba.
<https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/20185>

Intelligence, M. (2023). Gluten Free Pasta Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2023 - 2028). <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-gluten-free-pasta-rice-market-industry>

Samuel Durán-Agüero, Pablo Albornoz, Yadira Morejón, Claudia Barrientos, María Jose Mardones, Paula García-Milla, Ximena Torres & Leslie Landaeta-Díaz (2023). Consumption of Pulses among Chilean Vegetarians and Non-Vegetarians during the Covid-19 Pandemic, Journal of the American Nutrition Association, 42:5, 469-475. DOI: [10.1080/07315724.2022.2075958](https://doi.org/10.1080/07315724.2022.2075958)

Euromonitor International (2023). Reportes de Pastas y Legumbres en Chile, Perú e Italia <https://www.euromonitor.com>

9 ANEXOS

Anexo 1

Tratamiento arancelario de la posición 1902.19.00.100G según la base de datos del Tarifar.

Tratamiento Arancelario	
DE %	4,5% Derecho de Exportación
	Es el impuesto que grava la exportación para consumo (Art. 724 C.A.). La exportación es para consumo cuando se extrae del territorio aduanero por tiempo indeterminado (Art. 725 C.A.). También es conocido como "retenciones" debido a algunas discusiones política generadas alrededor de su establecimiento.
RE %	3,25% Reintegro
	Reintegro aplicable a las exportaciones hacia Intrazona o Extrazona.
Tratamientos Especiales	
 Reintegro	Reintegro Adicional del 0,5%
 Derecho de Exportación	Desgravación para MiPyMEs <p>Se desgrava el Derecho de Exportación a las exportaciones que realicen las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), definidas en los términos del artículo 2° de la Ley N° 24.467 y sus modificatorias. El monto anual sujeto a desgravación, en términos de su valor FOB, no podrá superar el valor de USD 500.000, inclusive. Cuando se supere el mencionado monto y hasta la suma de USD 1.000.000, inclusive, de valor FOB se abonará una alícuota de Derecho de Exportación equivalente al 50 % de la que corresponda, según su posición arancelaria. Esta medida no alcanza a las operaciones realizadas por cuenta y orden de terceros.</p> <p>Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) podrán acceder al tratamiento previsto siempre que las exportaciones que hayan realizado en el año calendario inmediato anterior no hubieran excedido la suma equivalente a USD 3.000.000 o no hubieran realizado exportaciones en el periodo de tiempo citado.</p> <p>A efectos de lo precedentemente señalado, entiéndese por Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) a aquellas que al momento de acceder al tratamiento previsto se encuentren inscritas en el Registro de Empresas MiPyMEs y cuenten con su correspondiente Certificado MiPyME vigente.</p> <p>El Sistema Informático Malvina (SIM) efectuará la desgravación en forma automática, de la siguiente manera:</p> <p>Cuando el exportador esté alcanzado por la desgravación del 100% del derecho de exportación, se liquidará el concepto 020 con el atributo X por la totalidad del derecho de exportación.</p> <p>Cuando el exportador esté alcanzado por la desgravación del 50%, el SIM liquidará el concepto 020 por el 50% de la alícuota a pagar, con atributo P (Pago Previo) o V (Plazo de Espera), según corresponda.</p> <p>A su vez, el SIM emitirá el siguiente mensaje: "La liquidación efectuada por el sistema podrá sufrir variaciones al momento del cumplimiento de la destinación en función al saldo remanente de desgravación, conforme Dto. Nro. 302/21".</p> <p>Aquellos exportadores que no efectuaron operaciones en el año 2020, se habilitó el subtrámite SITA – Multinota Electrónica Aduanera – "DESGRAVACION DERECHO EXPORTACIÓN - DECRETO 302/2021" a fin de que puedan solicitar su inclusión en el régimen previsto por el Decreto 302/2021.</p> <p>Referencias: Decreto N° 302/21</p>

Anexo 2

Entrevista empresas productoras de pasta a base de legumbre:

1. ¿Qué variedades de productos produce/comercializa? Breve introducción de la historia de la empresa, motivos para iniciarse en el rubro.
2. Proceso productivo de las pastas a base de harina de legumbres.
 - Etapas/procesos
 - Maquinarias
 - Instalaciones/plantas
3. Proveedores

Materias primas, insumos, origen o procedencia de los materiales (se puede incluir en el punto anterior).

4. Clientes:

Nacionales

- Segmento/nichos a los que se atiende (perfil del consumidor)
- Exigencias
- Tendencia de la demanda en los últimos años
- Canales de atención (mayorista, minorista, consumidor final)

Del exterior

- Segmento/nichos a los que se atiende (perfil del consumidor)
- Exigencias
- Tendencia de la demanda en los últimos años
- Canales de atención (mayorista, minorista, consumidor final)

5. Competencia:

- Provincial / Nacional / Internacional
- Características

6. Factores externos que influyen en el negocio:

- Clima (naturaleza)
- Normativas y regulaciones
- Políticas

7. Mercado externo. En el caso que la empresa tenga experiencia en ventas al exterior:

- ¿Qué productos se exportan y qué posición arancelaria se utiliza?
- ¿Qué países son destino de exportación? ¿la empresa busca llegar a un nuevo destino particular? ¿Cuáles son los intereses en materia de exportación?
- Herramientas/estrategias de ventas/difusión que se usan para llegar a otros países (Ej. ferias, emails, distribuidores, redes sociales, medios de comunicación)
- Dificultades (elevados costos logísticos, burocracia documental)
- Beneficios, incentivos a las exportaciones (se aplique o se reciban para impulsar la actividad)

Comentarios acerca del negocio, perspectivas a futuro, visión del rubro y tendencias en el mercado internacional

Anexo 3

Respuesta de la empresa Terra Agroalimentos SRL representante de la marca Makarona de Córdoba.

- Fecha: 13 de marzo del 2023
- Medio: Whatsapp

Makarona: respuesta 1- se inicia en el 2016 hasta la actualidad con la elaboración de pastas secas a base de legumbres libres de gluten.

Makarona: respuesta 4-

- Mercado interno: todos los clientes que buscan un alimento diferenciado de calidad.
- Mercado externo apuntamos al Mercosur.

Makarona: respuesta 5- competencia nacional: productos similares de elaboración a la nuestra de otras marcas (desarrollar) ir a la web www.makarona.com.ar IG: @pastasmakarona

Makarona: respuesta 7- la empresa apunta a ser netamente exportadora en un futuro, primero al Mercosur, luego al mundo, eso se logra actualmente con ferias internacionales organizadas por el ProCórdoba o cancillería.

Makarona: respuesta 8- toda legislación queda sujeta al país donde se exporta, para eso se trabaja con un director en calidad que se ocupa de tener en cuentas las legislaciones y cumplimentar.