

UNIVERSIDAD SIGLO 21

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

TRABAJO FINAL DE GRADO



# El Rol de los Negocios Internacionales en Cadenas de Valor: la Industria Heladera

**Tealdi Baschetto, Mateo Guillermo**

**Legajo: CIN02343**

**DNI: 42077786**

**Córdoba, Argentina.**

**Septiembre 2022**

## **RESUMEN**

Durante el transcurso del siglo XXI la producción de helado a nivel mundial, acompañada de su consumo, no ha parado de crecer en cada rincón del planeta. Su consumo ha dejado de ser estacional para convertirse en un producto disponible en cualquier momento del año y con opciones para los consumidores cada vez más amplias. Son estas razones las que han moldeado y encaminado esta investigación logrando responder a la interrogante de ¿Qué potencial posee la República Argentina para el desarrollo de esta industria y su desembarco a nivel internacional para la temporada 2023-2024 o futuras? Este trabajo demuestra que Argentina tiene la capacidad de convertirse en un importante productor a nivel mundial de cremas heladas de excelente calidad. Este helado es el resultado de un largo proceso que nace en el corazón de la cuenca lechera argentina, converge con agricultores nacionales e internacionales y termina con un complejo desarrollo industrial que convierte esta materia prima en un bien de consumo, con un alto valor agregado para las exportaciones nacionales.

*Palabras Claves: Cadena Global de Valor; Exportaciones; Industria Heladera; Argentina.*

## **ABSTRACT**

During the course of the 21st century, ice cream production worldwide, along with its consumption, has not stopped growing in every corner of the planet. Its consumption has ceased to be seasonal to become a product available at any time of the year and with increasingly wider options for consumers. These are the reasons that have shaped and directed this research, answering the question: What potential does Argentina have for the development of this industry and its landing at international level for the 2023-2024 or future seasons? This work shows that Argentina has the capacity to become an important worldwide producer of excellent quality ice cream. This ice cream is the result of a long process that starts in the heart of the Argentine dairy basin, converges with national and international farmers and ends with a complex industrial development that turns this raw material into a consumer good, with a high added value for national exports.

*Key words: Global Value Chain; Exports; Ice Cream Industry; Argentina.*

## CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>2</b>
<b>CONTENIDO .....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>8</b>
<i>Objetivo General .....</i>	<i>8</i>
<i>Objetivos Específicos .....</i>	<i>8</i>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>9</b>
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>11</b>
<b>DISCUSION .....</b>	<b>20</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>26</b>

## INTRODUCCION

El presente manuscrito científico aborda el potencial con el que cuenta la República Argentina para involucrarse en la cadena global de valor, particularmente se aborda la del helado, un producto con un gigantesco potencial para expandirse por el mundo. Encarar esta oportunidad beneficiaría a la sociedad en su conjunto agregando valor en el proceso de transformación de la materia prima, sumando empleo y generando divisas.

Hace tan solo unas décadas atrás las heladerías han dejado de ser comercios estacionales y han pasado a convertirse en locales que se encuentran disponibles a lo largo de todo el año. Algo que hoy damos por sentado, la masificación y el consumo atemporal no era el común denominador hace unos 30 años. En Córdoba Capital, en el año 2022, hay cientos de heladerías repartidas por todos los barrios y miles si contamos los freezers que tienen los kioscos, supermercados y estaciones de servicio que venden este estilo de productos congelados en sus locales.

A pesar de que hace ya muchos años las heladerías en Córdoba Capital trabajan los 365 días del año, el consumo de helado ha dejado de responder a una estricta temporada de verano y se ha diluido a lo largo de todo el calendario con una influencia mucho menor de la estación climática en la que nos encontremos. Ya no tiene que hacer calor para que podamos disfrutar de un postre dulce y frío. Sin embargo, el consumo sigue demostrando tener ciertos picos en las épocas de mayor calor que van desde octubre hasta abril en nuestro país, primavera y verano. Esta particularidad nos ofrece una ventaja comparativa como país al estar en contraposición con el hemisferio norte. La división que crea la línea ecuatorial nos permite ser productores de bienes que el norte demanda en épocas que le son imposibles producir, pero su población desea consumir y el sur tiene la capacidad de producirlos y exportarlos, generando un beneficio mutuo

para ambos hemisferios. La situación expresada suele ocurrir, principalmente, con productos agrícolas. Sin embargo, en esos momentos de alta demanda, con el helado puede ocurrir algo similar. La oferta en esas regiones trabaja al límite de su capacidad productiva y corre contra reloj para reponer góndolas y que no exista faltante del producto. En contraposición, en el lado sur del mundo las fábricas se encuentran más estancadas, con capacidad ociosa de producción a la espera de esa temporada de verano. Esta situación nos otorga esa ventaja, ofrecernos en el extranjero como un país productor en momentos de alta tensión y consumo en el mundo.

Las razones desglosadas en los últimos párrafos, por un lado, la apertura de las heladerías a lo largo de todo el año y, por otro lado, la atemporalidad de su consumo nos lleva a la situación en la que nos encontramos hoy en el país. El consumo de helado a nivel nacional en los últimos veinte años ha aumentado en un 350%, pasando de simplemente 2 kilogramos por persona en el 2002 a unos 7 kilogramos por persona para la temporada 2021-2022 (Helacor, 2022). Esta situación no es exclusiva de la República Argentina, a nivel mundial los números son similares y las proyecciones aún más sorprendentes si empezamos a considerar mercados emergentes como posibles consumidores de este exquisito producto frío y dulce. A medida que regiones de Asia pacífico y el continente africano comienzan a tener mayor poder adquisitivo y una infraestructura que soporte el cuidado y la capacidad de traslado de este bien, los números en venta y consumo aumentarán de manera muy significativa.

En la actualidad, año 2022, el consumo de helado a nivel mundial parece no tener freno y, año tras año, su aumento es continuo. La pandemia del COVID-19 y sus respectivas cuarentenas en todos los rincones del planeta no lograron que la producción internacional decayera. Los datos son variados según el país que inspeccionemos, durante esas largas confinaciones muchas personas consumieron más helado en

comparación a años previos, sin embargo, en ciertos países el consumo fue menor. La producción de helado a nivel mundial aumentó en un 0,82% del año 2019 al 2020 (Global Data, 2021).

### Ilustración 1 – Consumo de Helado a Nivel Mundial



Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de GlobalData

Recuperado de: [Global Data](#)

A partir de esta información podemos determinar que el consumo global se encuentra, aproximadamente, en 1,64 kilogramos por persona. Estos números nos remontan a una situación similar de Argentina en el año 2001 y hoy, 2022, ya se consume prácticamente cuatro veces más que en aquel entonces. A su vez, debemos tener en cuenta que existen países donde el consumo es incluso mucho mayor, como se detalla en el siguiente gráfico:

## Ilustración 2 – Mayores Consumidores de Helado a Nivel Mundial



Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de World Atlas

Recuperado de: [World Atlas](#)

Si bien el caso de Argentina no es extrapolable a todos los países del mundo, si se puede asegurar que hay una demanda creciente por parte de los consumidores en todos los rincones del planeta.

En este punto es donde se nos plantea el interrogante: ¿A qué se debe el aumento en el consumo? Si bien hemos nombrado algunas razones, relacionadas principalmente con la demanda, como que el cliente ya no opta por consumir cremas heladas únicamente en épocas calurosas y que el continente asiático y africano empujan las medias de consumo en todo el mundo, existe una razón que se observa desde el lado de la oferta. A lo largo de los últimos años ha existido un aumento en la conciencia del consumidor respecto a los productos que ingiere y la industria alimenticia ha reaccionado ante esto (Annunziata, Pascale, 2009). La industria heladera no ha estado exenta de esta situación, sobre todo en países más desarrollados con consumidores más exigentes. Los helados bajos en azúcar, con mayor contenido proteico, menor cantidad

de grasa, sin tacc, son algunos de los ejemplos que los fabricantes de helado han optado por producir con la intención de agasajar el paladar de su clientela. Expandiendo la cartera de productos se alcanza a una mayor audiencia y eso ha sido una de las claves del éxito para esta industria.

Son estas dos principales razones, su desestacionalización, su consumo en aumento y una cartera de productos más amplia la que dieron sentido y encaminaron el desarrollo de este trabajo de investigación. El principal objetivo es determinar que potencial tiene la industria heladera argentina para volcarse al mundo y presentarse como un gran productor, competitivo y con un helado de excelente calidad.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- Determinar el potencial exportador de la industria heladera argentina al integrarse en la cadena global de valor para la temporada 2023-2024.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar la actual oferta mundial de este bien y la demanda esperada para la siguiente temporada.
- Identificar el valor agregado que se genera en el proceso productivo del helado en comparación a la venta directa de su materia prima.
- Detectar un mercado internacional con potencial para las empresas de la industria heladera para el período 2023-2024



## MARCO TEORICO

Para lograr dar soporte a los objetivos definidos, como fin de la investigación, se detalla a continuación posturas teóricas y herramientas académicas de recopilaciones varias, principalmente, de organismos estatales y autores académicos.

En una primera instancia es importante definir el concepto de helado más globalizado y estandarizado en el vocabulario del día a día, para eso recurrimos a la Real Academia Española que lo define como un “alimento dulce hecho generalmente con leche o zumo de frutas, que se consume en cierto grado de congelación” (RAE, s.f, <https://dle.rae.es/helado>). En Argentina existe el Código Alimentario Argentino que fue redactado por primera vez en el año 1969 y a lo largo de las décadas ha sufrido diversas modificaciones, agregando apartados y actualizando los más antiguos. Esta definición es, principalmente, utilizada por el Estado Nacional y sus organismos intervinientes. El CAA define, en el Capítulo XII artículo 1074, al helado como *“los productos obtenidos por mezclado congelado de mezclas líquidas constituidas, fundamentalmente, por leche, derivados lácteos, agua y otros ingredientes consignados en este artículo”* (Código Alimentario Argentino, 1983).

En segundo lugar, es pertinente explicar el significado de “Valor Agregado” que nos permitirá entender que beneficios genera para una economía un producto con un mayor valor agregado. Éste se define como “la utilidad adicional que tiene un bien o servicio como consecuencia de haber sufrido un proceso de transformación.” (López, s.f). Al agregar valor a un producto o servicio se emplean recursos como el trabajo (L), capital (K), tierra (T) y tecnología (A). Esto implica que la suma de valor a un bien, en la cadena de producción, se traduce en más empleo, más inversión y un mejor aprovechamiento de los recursos naturales (IICA, 2014). Tomar una materia prima, como la leche, que representa un alto porcentaje del total de los ingredientes utilizados

para la fabricación de un helado, y someterla en un proceso productivo que requiere de trabajadores (L), de maquinaria (K & A) y de una planta (T) otorgará como resultado un producto que multiplica su valor en comparación a la venta de leche entera a granel. Argentina históricamente se ha caracterizado por su modelo agroexportador y por el poco valor agregado que poseen sus productos, por lo cual siempre ha sido considerada el granero del mundo (Ras, 1978).

Por último, en el proceso de recolección de datos estadísticos y la cuantificación de números relacionados a la demanda, a la oferta, niveles de producción, volúmenes exportados se acude a herramientas del nicho del comercio internacional. Estas herramientas son una base de datos que recopilan datos de organismos estatales, consultoras, bancos, *forwarders*, navieras entre otras fuentes. En información de carácter nacional se consultarán dos fuentes principalmente. Por un lado, la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) del Estado Nacional es una excelente fuente de recopilación respecto a los principales actores de la industria heladera a nivel nacional y países exportadores. Por otro lado, se utilizará el servicio que ofrece Tarifar para determinar el régimen arancelario e impuestos a los que está sometida la posición arancelaria 2105.00 que engloba las cremas heladas. Respecto a datos de carácter internacional se utilizarán páginas web que permiten consultar volúmenes exportados, por país, por nomenclatura y filtrarlo según destino, valor FOB, peso en toneladas. Algunas de estas aplicaciones son Trade Map, Penta Transaction y Nosis.

El conjunto de posturas teóricas, junto a definiciones del ámbito legal y base de datos estadísticos son las que moldearán el camino de este manuscrito científico intentando responder ¿Tiene la industria heladera argentina potencial para integrarse a la cadena global de valores?

## RESULTADOS

Luego de haber presentado la situación en la que se encuentra la industria heladera a nivel mundial en la introducción y habiéndose detallado los diferentes instrumentos que se utilizarán para el cumplimiento de los objetivos, se plasmaron los resultados obtenidos.

### *Demanda Global De Cremas Heladas - Importaciones*

Como hemos visto de manera breve durante la introducción, existe una tendencia en el aumento de la demanda de la crema helada para el futuro próximo. Los consumidores de todos los países, sin importar su nivel de ingresos, están consumiendo mayor cantidad de helado año tras año. En el año 2021 el volumen de importaciones demandado para la posición arancelaria 2105 -Helados, incluso con cacao- fue de 5.177.231.000\$ (cinco mil ciento setenta y siete millones) de dólares americanos a nivel mundial.

#### **Ilustración 4 – Importaciones de Helado a nivel Mundial 2021-2017 en Miles de Millones de Dólares**



Fuente: *Elaboración Propia en Base a datos de Trade Map*

Recuperado de: [Trade Map](#)

Existen países, sobre todo los más desarrollados, donde su demanda se ha estancado o su aumento no ha sido significativo a lo largo de los últimos años, con mercados completamente saturados. A pesar de que estos países también son los mayores consumidores de helado por habitante del mundo, no son los países en los cuales una empresa argentina exportadora de helado debería focalizarse. La principal razón recae en que son mercados colapsados de oferta, donde los clientes son fieles a las marca y sabores que vienen consumiendo hace muchísimos años. El paladar se adapta y es difícil modificar tendencias de consumo que tienen décadas por detrás.

**Ilustración 5 – Mayores Importadores de Helado a Nivel Mundial en Millones de Kilogramos**



*Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de Trade Map*

*Recuperado de: [Trade Map](#)*

Los 10 principales importadores de helado a nivel mundial mantienen una tendencia muy similar en los últimos cinco años, con variaciones en millones de kilogramos sin ser significativas e incluso algunas siendo decrecientes. El posicionamiento de las marcas, paladares que se adaptan a los sabores, consumidores fieles y demanda estancada o decreciente nos dan como resultado mercados que no son atractivos para empresas heladeras argentinas que están buscando nuevos horizontes.

El potencial por el lado de la demanda se encuentra en poder desarrollar mercados donde el consumo tenga potencial de expansión, como lo fue en su momento Argentina allá por el año 2000. Estos mercados principalmente se encuentran en países en vías de desarrollo. Imaginar el desafío que implican el continente asiático, africano y ciertos países de América del Sur para que una empresa se abra paso en esos mercados es gigantesco. Sin embargo, son estas regiones las que han sido ignoradas en las últimas décadas por varias razones y ofrecen un mercado enorme por sus miles de millones de habitantes, un 78% de la población a nivel mundial se encuentra en esas zonas. Las razones son variadas. En primer lugar, una cuestión meramente económica. La mayor parte de la población en estas regiones del globo tienen un poder adquisitivo limitado, donde la asignación de su renta prioriza otro tipo de artículos más esenciales. Sin embargo, esta tendencia a lo largo de los últimos años ha cambiado drásticamente y los datos indican que esto se mantendrá de la misma manera. A medida que el PBI per cápita aumenta en estos países, más cantidad de familias se suman a la clase media y comienzan a tener más dinero para asignar a artículos que antes podían ser considerados de lujo, como el helado. A su vez, otro problema que se enfrenta cualquier empresa que desee desembarcar en estos países tiene que ver con problemas logísticos y de

infraestructura. El movimiento de cualquier carga internacional es sumamente complicado, sin lugar a duda, pero cuando hablamos de alimentos y, en especial de alimentos congelados, las dificultades se multiplican. Lograr mantener la carga durante todo el traslado internacional, el desembarco, contar con un depósito en destino capaz para recibir esa mercadería y estar en condiciones para realizar el reparto minorista, asegurándose que el negocio minorista tenga la capacidad de mantener los productos por debajo de -18 grados centígrados constantes es todo un desafío. Esta complicación viene mejorada por la misma situación que atraviesan estos países y podrían aumentar su demanda. Un aumento en su PBI se traduce en una mayor inversión en infraestructura a nivel tanto estatal como privada, sobre todo en estos mercados que son muy atractivos para inversionistas extranjeros. Por último, otro aspecto a considerar sobre estas regiones tiene que ver con un aspecto más cultural, donde los paladares son sumamente diferentes y la expansión territorial en estos destinos con productos nacionales deben ser repensados, reevaluados y modificados en gran parte para amoldarse a unas papilas gustativas bastantes diferentes al consumidor argentino.

#### *Oferta Global De Cremas Heladas - Exportaciones*

En cuanto a las empresas productoras de helado a nivel mundial se le presentan dos grandes desafíos, aumentar su capacidad productiva para hacer frente a la creciente demanda a nivel mundial y ofrecer una cartera de productos mas amplia.

Desde el sector empresarial se debe responder de dos maneras. Por un lado, a través de una mayor inversión, aumentando su capacidad de productiva, mejorando sus líneas de producción actuales y con nueva maquinaria para tener la posibilidad de fabricar nuevos tipos de productos. Las empresas argentinas que deseen expandir sus negocios al exterior deberán invertir para poder adaptarse a las necesidades que el negocio internacional les exige. Por otro lado, está la cartera de productos que ofrecen.

Esta cartera de productos, cada vez más amplia, busca responder a las necesidades que ciertos nichos de consumidores exigen (Annunziata, Pascale, 2009). Helados más saludables, veganos, altos en proteína, sin gluten, sabores diferenciados, son algunas de las características que las nuevas cremas heladas deben tener para poder satisfacer los requerimientos de los clientes.

En el año 2022 el nivel de exportaciones demandado de helado para la posición arancelaria 2105 (helados, incluso con cacao) fue de 5.139.998.000\$ -cinco mil ciento treinta y nueve millones- de dólares americanos.

#### **Ilustración 6 – Exportaciones de Helado a nivel Mundial 2021-2017 en Miles de Millones de Dólares**



*Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de Trade Map*

*Recuperado de: [Trade Map](#)*

#### *Cuantificando El Valor Agregado En La Cadena Global*

En el proceso manufacturero del helado la materia prima utilizada se somete a muchas etapas de transformación. Cada una de estas fases genera un producto final con un precio mucho mayor al que se podría haber obtenido de la venta por separado a

granel de cada uno de los ingredientes utilizados para su fabricación. Esto se debe al empleo de recursos claves que han sido indispensables, como es la fábrica, las máquinas necesarias, un equipo especializado con conocimientos técnicos que ha sido entrenado y tecnología que sustente y haga más eficaz el proceso. Todos estos puntos han requerido inversión, trabajo y esfuerzo, lo que se traduce en un costo más alto. Los inversores deben recuperar el dinero de su inversión y los consumidores están dispuestos a destinar una mayor parte de su renta a un producto con mayor nivel industrial.

Los helados nacionales, en base a nuestras costumbres y gustos, están compuesto principalmente por leche, cacao, dulce de leche, frutas, frutos secos y crema (Helacor S.A). Argentina por sus condiciones climáticas y territoriales no es capaz de producir cacao y tampoco ciertas frutas necesarias para la producción de ciertos sabores.

El helado sabor chocolate es el sabor más consumido a lo largo y ancho de todo el mundo, además de sus múltiples usos como aditivo en otros sabores y baños de repostería hace que sea un ingrediente fundamental en el proceso productivo de cremas heladas. El cacao y preparaciones de cacao consumió 197.549.000\$ USD de las arcas del tesoro argentino en el año 2021 (Trade Map, 2021). Los principales exportadores de este producto y sus derivados fueron Brasil, Perú y Ecuador respectivamente, siendo Brasil el responsable aproximadamente del 68% de ese volumen. La producción de helado a nivel mundial nace a miles de kilómetros, con algún productor brasilero, ecuatoriano o peruano preparando su terreno para la plantación del cacao. Luego de que la planta está lista para ser cosechada, las semillas del cacao son procesadas en el país de origen de diversas maneras. De ese total de 197 millones de USD, solo 1 millón de USD llega a la Argentina como semillas de cacao crudo o tostado sin procesar (Trade Map, 2021). Esto quiere decir que las importaciones nacionales de cacao están compuestas principalmente por chocolate en barra, líquido o en polvo, lo cual ha



requerido un proceso productivo industrializado, elevando el precio de venta para el importador argentino. Éste es un de los eslabones necesarios en la cadena productiva que en caso de verse afectado repercutiría en toda la industria. Con las frutas y frutos secos sucede algo similar. Argentina no es productora de ciertas especies por sus condiciones climáticas o no son rentables a grandes volúmenes. El caso de las almendras comienza con su plantación en Chile y son importadas por empresas argentinas por un valor de 12.810.000\$ de dólares americanos, aproximadamente 1942 toneladas. También en una menor medida provienen de Estados Unidos con 869 toneladas a un precio de 4.160.000\$. Casos similares encontramos con el ananá y el mango que son frutas que nuestros vecinos son capaces de producir y lo hacen de manera más eficiente, respetando las ventajas comparativas.

Todas estas materias primas con poca o nula industrialización son importadas desde el extranjero para generar procesos más industrializados en el país. Sin embargo, también ocurren casos similares con materia prima de origen nacional, como la leche, crema y muchísimas frutas. Durante todo este proceso, existe un beneficio generalizado en la población nacional, desde el productor agrícola, el transportista y los diferentes intermediarios del proceso hasta el fabricante de helado que requiere de esos bienes para producir un bien final con un valor agregado mucho mayor.

El resultado final contempla un producto que ha generado trabajo a lo largo del mundo, con productores internacionales, transportistas internacionales, fábricas y empresas en el extranjero y una situación similar en el territorio nacional dando como resultado final un producto industrializado con un precio de venta mucho mayor.

### *Potenciales Mercados*

Con el objetivo de encontrar mercados atractivos para las empresas productoras de helado argentino, se desarrollará una matriz multicriterio. La selección de países parte desde la eliminación, en primera instancia, de mercados ya desarrollados, con consumidores leales a las marcas y con fieles a sus gustos, como lo vimos en el apartado de “*demanda global de cremas heladas – importaciones*”. Luego los países que fueron utilizados en la matriz multicriterio fueron determinados por los volúmenes significativos de compra, en comparación a otros de la región, pero con bajos niveles de consumo de helado por habitante, donde el desafío está en lograr aumentar ese kg/persona y desarrollar el hábito de consumo. Por último, se seleccionaron mercados que son alcanzables para una empresa argentina que realiza su primera venta internacional, siendo países de la región con cercanía territorial. En base a esas consideraciones se tomaron 4 potenciales países latinoamericanos: la República del Perú, la República Oriental del Uruguay, la República Federativa del Brasil y la República de Chile.

CRITERIO		Salario Mínimo	Consumo de Helado por Habitante	Kgs de helado/Sueldo	Cantidad de Habitantes	Importaciones de la Posición Arancelaria	Distancia desde Argentina	Derechos de importación	Inflación	TOTAL
	<b>Peso</b>	0.10	0.25	0.15	0.10	0.15	0.10	0.10	0.05	1
<b>Perú</b>	Valor	2	3	1	2	1	1	2	3	1,9
	Ponderación	0.20	0.75	0.15	0.20	0.15	0.10	0.20	0.15	
<b>Uruguay</b>	Valor	3	1	2	1	2	3	1	2	1,85
	Ponderación	0.30	0.25	0.30	0.10	0.30	0.30	0.20	0.10	
<b>Brasil</b>	Valor	1	2	1	3	2	1	1	2	1,65
	Ponderación	0.10	0.50	0.15	0.30	0.30	0.10	0.10	0.10	
<b>Chile</b>	Valor	2	1	2	1	3	2	2	3	1,7
	Ponderación	0.20	0.25	0.15	0.10	0.45	0.20	0.20	0.15	

*Fuente: Elaboración Propia en Base a recolecciones varias*

La utilización de la matriz multicriterio permitió determinar el mejor país, en base a los criterios seleccionados, para las empresas argentinas de la industria heladera en internacionalizarse y llevar sus productos a nuevos horizontes, este destino es la Republica del Perú. Sin embargo, es interesante destacar la posición de la República Oriental del Uruguay como un mercado alternativo y muy llamativo, donde las principales diferencias son el poder adquisitivo de cada una de esas regiones y la cantidad de habitantes. Dependiendo el tamaño de la empresa argentina y el tipo de cliente al que apuntan podría optarse por desembarcar en uno u otro país.

## DISCUSION

Argentina históricamente ha sido reconocida como un país productor de bienes agrícolas, con poca o nula especialización. Las razones de esta ocurrencia son múltiples y dan lugar a largos debates, donde los sectores académicos, empresariales y el Estado colisionan sin generar consensos. El problema de esta falta de acuerdos entre los principales actores afecta a la sociedad argentina en su conjunto. Que no existan intenciones por parte de las instituciones en generar situaciones más amenas para el desarrollo de negocios e industrias más especializadas destruye el espíritu emprendedor. El escaso valor agregado que tienen nuestras exportaciones obliga al pueblo argentino a trabajar en situaciones más precarias, por salarios más bajos y con niveles de educación mucho menores a los necesarios en otras economías más desarrolladas. Estos problemas nos vuelven menos competitivos y menos eficientes internacionalmente, traduciéndose, en una menor inversión extranjera e impidiéndonos sumarnos a la cadena global de valor. Partiendo de esa premisa se desarrollo la investigación, haciendo foco en la industria heladera argentina y el gran potencial que tienen las empresas del sector en internacionalizarse, ofreciendo un producto de altísima calidad a un precio competitivo.

El mundo no para de consumir helado. La demanda en los últimos años no ha parado de crecer y los datos arrojan que esta tendencia seguirá en aumento. Las principales razones se encuentran relacionadas a un aumento del consumo en países donde antes no lo existía, una cartera de productos congelados más completa y su consumo a lo largo de todo el año.

A medida que los países comienzan a tener una mayor renta, gracias al crecimiento económico que estamos observando en ciertas regiones del globo, destinan una mayor proporción de sus ingresos a su dieta y especialmente a productos que antes

eran catalogados como lujos para pocos (Kharas, 2010). Esto no es algo exclusivo de las cremas heladas y la industria alimenticia argentina debería comenzar a explorar las áreas con potencial de explotación.

La cartera de productos se agranda. La mentalidad de los consumidores ha ido cambiando a lo largo de las últimas décadas y en especial desde el comienzo del siglo XXI. Los clientes son mucho más conscientes y exclusivos con los productos que ingieren (Annunziata, Pascale, 2009) y la industria heladera ha sabido adaptarse. Las empresas trabajan con productos bajos en calorías, orgánicos, sin leche animal, con mayor nivel proteico, sin tacc, entre otros, abriendo el abanico de posibilidades para consumidores de nichos que antes no estaban siendo complacidos.

A pesar de que la demanda está creciendo a nivel mundial, no es algo que está ocurriendo en todos lados de manera similar. Los principales países consumidores de cremas heladas a lo largo del mundo (Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Argentina y varios europeos) consumen la misma o menor cantidad que en años anteriores, esto significa que la demanda viene por otros lados del planeta tierra, Asia, África y ciertos países de América del Sur. Es aquí donde las empresas argentinas deben depositar sus esfuerzos y tomar como desafío no solo la internacionalización, si no, también considerar que estos potenciales países tienen una diferencia cultural, siendo necesario adaptar nuestros productos a sus necesidades y sus paladares. El plantear el gran desafío que esto implica nos lleva a preguntarnos ¿Por qué someternos a semejante esfuerzo? ¿Cuáles son los beneficios?

El helado es un bien que requiere de la combinación de muchos ingredientes, de muchísimas industrias diferentes, que dan como resultado un producto final sumamente elaborado. Todo comienza con el cacao que es extraído de alguna región de Brasil,

Ecuador o Perú y que se transformará en chocolate o cacao en polvo antes de ser transportado hacia Argentina. Lo mismo sucede con las frutas y frutos secos utilizados, que viajan desde distintos puntos del país o del extranjero, en tiempo récord, hacia la planta del productor. Y, por último, el ingrediente más importante, la leche entera que nace en la cuenca lechera central de Argentina y todos los días miles de tambos producen millones de litros (ATILRA, 2017) de un excelente alimento para el ser humano. Todas estas industrias, en mayor o menor medida, generan trabajo, en el país y en el extranjero, cada una siendo un eslabón sumamente importante para la industria heladera. Estas industrias por separado son sumamente importantes para la economía nacional, pero juntas permiten que Argentina se industrialice y produzca bienes con un valor mucho mayor. Es éste el principal beneficio que recibe el país y la sociedad en su conjunto al vender un producto con un valor final mucho mayor, que vender los diferentes ingredientes necesarios a un precio mucho menor. La empresa argentina y el pueblo argentino disfrutan de la renta extra generada por otorgarle al mundo un producto final de excelente calidad.

Como un objetivo específico de esta investigación se planteó el determinar un mercado potencial para que las empresas argentinas que deseen someterse a este desafío tengan mayor posibilidad de éxitos. Se determinaron 4 posibles mercados en base a la proximidad territorial con Argentina, poderes adquisitivos similares y paladares semejantes. En esta selección se tomó a la República del Perú, la República Oriental del Uruguay, la República Federativa del Brasil y la República de Chile. Luego de analizar valores como salarios mínimos, consumo de helado por habitante, cantidad de habitantes, importaciones de la posición arancelaria del helado, entre otros, se determinó que el mercado con mayor potencial a desarrollar era la República del Perú. Los más de 33 millones de habitantes peruanos tienen un bajo consumo de helado por año

calendario, sin embargo, allí es donde se encuentra el gran potencial de crecimiento y desarrollo. La empresa argentina que logre posicionarse como referente en el mercado peruano tendrá un excelente retorno por su dedicación y esfuerzo.

La industria heladera Argentina tiene capacidad para desembarcar en casi cualquier lugar del mundo, ofreciendo un producto de excelente calidad a un bajo precio. El porvenir de los años y las políticas que persigan nuestros gobernantes determinara el curso de este desafío. Está en nuestras manos.

## BIBLIOGRAFIA

ALADI. (2022). *Aranceles por Paises*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3EJ4yFt>

Chepkemoi, J. (Ed.). (2020). *Which Country Eats The Most Ice Cream?*

Obtenido de: <https://bit.ly/2RMOJbq>

*Código Alimentario Argentino*. (1969).

Obtenido de: <https://bit.ly/3V9iK01>

Country Economy. (2022). *National Minium Wage*.

Obtenido de: <https://bit.ly/2X5x4IO>

Data, G. (2021). *Market volume of Global Ice Cream Segment*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3GuaHH1>

Kharas, H. (2010). *The Emerging Middle Class in Developing Countries*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3gkWMZc>

IICA. (2014). *Agregación de valor a productos de origen agropecuario*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3tJj4XK>

IVANCEVICH, J. y LORENZI, P. (1997). *Gestión de calidad y competitividad*. 2da Edición. España: McGraw-Hill.

Lopez. (s.f). *Valor Añadido*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3EK7eTp>

Ministerio de Trabajo. (2017). *Manual de Buenas Prácticas - Industria Láctea*.

Obtenido de: <https://bit.ly/3TNbmq8>



Ras, N. (1978). Repositorio institucional de la UNLP. *Argentina: granero del mundo*

Obtenido de: <https://bit.ly/3USIUo0>

Trade Map. (2022). *2105 – Ice Cream Exporters Worldwide*

Obtenido de: <https://bit.ly/3hVIHD6>

Trade Map. (2022). *18 - Cocoa and cocoa preparations Argentinian Imports*

Obtenido de: <https://bit.ly/3EmqmFw>

World Bank Data. (2022). *Inflation, Consumer Prices: Brazil, Peru, Chile, Uruguay.*

Obtenido de: <https://bit.ly/3GpUzX7>

## ANEXO

Tabla 1: Salario Mínimo

País	Salario Mínimo	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	266,1	2	251≥450	3	451≥ MÁS
Uruguay	463,1	3	451≥ MÁS	2	251≥450
Brasil	217,4	1	0≥250	1	0≥250
Chile	430,1	2	251≥450		

Fuente: Elaboración propia según datos obtenidos de Country Economy.

Tabla 2: Consumo de Helado por Habitante por Año

País	Consumo de Helado por Habitante en Kgs	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	1	3	0≥ 2,4	3	0≥ 2,4
Uruguay	7,8	1	5≥ MÁS	2	2,5≥4,9
Brasil	3,24	2	2,5≥4,9	1	5≥ MÁS
Chile	11	1	5≥ MÁS		

Fuente: Elaboración propia basada en datos de la empresa Helacor S.A.

Tabla 4: Kgs de Helado adquiribles con sueldo Mínimo

País	Kgs de Helado/Sueldo Mínimo	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	34	1	0≥39	3	81≥ MÁS
Uruguay	52	2	40≥80	2	40≥80
Brasil	28	1	0≥39	1	0≥39
Chile	53	2	40≥80		

Fuente: Elaboración propia según datos de la empresa Helacor S.A con precio promedio por kg de helado ya nacionalizado.

Tabla 5: Cantidad de Habitantes en millones de personas

País	Habitantes por País	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	33	2	20 ≥ 40	3	41 ≥ MÁS
Uruguay	3.5	1	0 ≥ 19	2	20 ≥ 40
Brasil	212	3	41 ≥ MÁS	1	0 ≥ 19
Chile	19	1	0 ≥ 19		

Fuente: Elaboración propia según datos del Banco Mundial.

Tabla 6: Importaciones de la Posición Arancelaria 2105 para el 2021 en Toneladas.

País	Importaciones en Ton. por país 2021	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	942	1	0 ≥ 1500	3	3001 ≥ MÁS
Uruguay	2065	2	1501 ≥ 3000	2	1501 ≥ 3000
Brasil	2198	2	1501 ≥ 3000	1	0 ≥ 1500
Chile	4646	3	3001 ≥ MÁS		

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map.

Tabla 7: Distancia en kilómetros por carretera (desde Córdoba a la capital de cada país).

País	Distancia hacia Argentina	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	3292	1	2000 ≥ MÁS	3	0 ≥ 999
Uruguay	996	3	0 ≥ 999	2	1.000 ≥ 1.999
Brasil	3026	1	2000 ≥ MÁS	1	2000 ≥ MÁS
Chile	1012	2	1.000 ≥ 1.999		

Fuente: Elaboración propia basada en Google Maps.

Tabla 8: Derechos de importación (Ad Valorem).

País	Derechos de importación	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	6.00	2	5 ≥ 9.99	3	0 ≥ 4.99
Uruguay	23.00	1	10 ≥ MÁS	2	5 ≥ 9.99
Brasil	18.00	1	10 ≥ MÁS	1	10 ≥ MÁS
Chile	6.00	2	5 ≥ 9.99		

Fuente: Elaboración propia según datos de ALADI.

Tabla 9: Inflación anual.

País	Inflación Anual	Valor	Rango	Valor	Rango
Perú	4,3	3	0 ≥ 4,99	3	0 ≥ 4,99
Uruguay	7,7	2	5,00 ≥ 9,99	2	5,00 ≥ 9,99
Brasil	8,3	2	5,00 ≥ 9,99	1	10 ≥ MÁS
Chile	4,5	3	0 ≥ 4,99		

Fuente: Elaboración propia según datos de World Bank.