



**Universidad
Nacional
Villa María**

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

India como nueva oportunidad de negocios para argentina en la exportación de harina de lentejas

Año
2025

Autores
Amuchastegui Cabjolsky, Maite y Rico, Iván

Director de tesis
Farias, Ricardo Daniel

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Amuchastegui Cabjolsky, M. y Rico, I. (2025). *India como nueva oportunidad de negocios para argentina en la exportación de harina de lentejas*. [Trabajo final de grado, Universidad Nacional Villa María]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Villa María. http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=48479



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA
INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS SOCIALES**



**“INDIA COMO NUEVA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS
PARA ARGENTINA EN LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE LENTEJAS”**

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

CÓRDOBA

2025

**“INDIA COMO NUEVA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS
PARA ARGENTINA EN LA EXPORTACIÓN DE HARINA DE LENTEJAS”**

Apellido y Nombre de los autores:

Amuchastegui Cabjolsky Maite (42626)

Rico Ivan (42343)

Director propuesto:

Farias Ricardo Daniel

1. Introducción	
1.1. -Fundamentación y justificación	2
1.2- Formulación del problema	3
1.3 -Objetivo general y objetivos específicos	3
2. Marco Teórico	
2.1 La metodología PESTEL	4
2.2 5 fuerzas de Porter	4
2.3 Investigación de mercado	5
3. Marco Metodológico	
3.1 Tipo exploratorio	6
3.2 Técnicas de investigación	6
4. Desarrollo de investigación	
4.1 Análisis del sector de legumbres	7
4.2 Identificar actores directos en la producción de legumbres (productores, industrias seleccionadoras, exportadores)	9
4.3 Qué tipos de legumbres son las que más se producen	10
4.4 Cómo se muestra el consumo interno frente al externo	12
4.5 Principales importadores y exportadores de legumbres	12
5. Análisis del sector de lentejas	
5.1 Diferencias productivas e industriales de la lenteja en relación a otras legumbres	15
5.1.1 Identificación de capacidades instaladas y fortalezas sectoriales para producir, elaborar y exportar lentejas	16
5.1.2 Competitividad de Argentina	18
5.1.3 Principales importadores y exportadores de las lentejas	19
5.2 Mercado Indio	20
5.2.1 Análisis competitivo del mercado indio de lentejas	21
5.2.2 Panorama del mercado de consumo	22
5.2.3 Posicionamiento internacional	22
5.2.4 Tendencias y nichos de mercado	23
5.2.5 Barreras y requisitos de acceso	23
5.2.6 Oportunidades comerciales para Argentina	24
6. Exportaciones y antecedentes	
6.1 Principales importadores y exportadores de harina de lentejas	25
6.2 Destinos de las exportaciones argentinas de lentejas	26
6.3 Empresas líderes que venden el producto a India	26

6.4 Procesos de comercialización normas vigentes, legalidad exigible, barreras a la exportación a India	27
6.5 Análisis de precios, logística, calidad y volúmenes	28
6.6 Costos logísticos y de distribución en la exportación	29
7. Conclusiones de la información recopilada	
7.1 Información recopilada.....	31
7.2 Viabilidad de un proyecto de inserción	33
7.3 Propuesta de negocio	33
7.3.1 Desafíos en el mercado Indio	34
7.3.2 Recomendaciones estratégicas	34
8 Conclusión	
8.1 Conclusión final	36
9 Referencias bibliográficas	38

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo la detección de nuevas oportunidades comerciales para la harina de lentejas, específicamente las del norte de Buenos Aires y Santa Fe, en el mercado indio. En los últimos años, India ha mostrado un creciente interés por la importación de este producto debido a su alta demanda, estabilidad económica y política, así como al crecimiento drástico de su clase media, lo que ha impulsado el consumo de lentejas por factores como precios, alimentos saludables y la occidentalización de las costumbres. Esto convierte a India en uno de los principales mercados para este tipo de productos.

El sector de legumbres de Argentina ofrece una amplia oferta de lentejas de alta calidad, lo que lo posiciona como un potencial proveedor para el mercado indio. Además, el norte de Argentina produce una variedad de legumbres como alubias blancas, coloradas y negras, cultivadas en provincias como Salta, Jujuy y Tucumán, destacándose por su calidad en tamaño, color y sabor. Estas características hacen que los productos sean valorados tanto en el mercado interno como en el internacional.

La complementariedad entre ambas economías también es un factor clave. De acuerdo con un estudio del Banco Mundial, la complementariedad comercial con India alcanza el 55,63 %, combinando el potencial tecnológico de India con la fortaleza agroalimentaria de Argentina. Esto genera un panorama favorable para que el sector fortalezca sus exportaciones hacia el país asiático.

Las tendencias alimentarias en India están orientadas hacia los alimentos funcionales orgánicos como porotos, alubias y frijoles, que son complementos importantes en las dietas de los habitantes, especialmente considerando que el 40 % de la población es vegetariana y busca productos saludables. Esto representa una excelente oportunidad para el comercio argentino.

Un aumento en las exportaciones también podría tener un impacto positivo en la sociedad, ya que una mayor producción destinada al mercado internacional requeriría más recurso humano, generando empleo y un posible aumento en los salarios. Además, las mayores exportaciones contribuirían al crecimiento económico local, fortaleciendo las cadenas de proveedores, aumentando la recaudación fiscal y promoviendo el desarrollo de empresas mediante nuevos ingresos y competitividad en calidad y precio.

El mercado de legumbres también destaca por su triple impacto: crecimiento económico, sostenibilidad ambiental al reducir emisiones y aumentar la captación de carbono y responsabilidad social. Además, podría fomentar hábitos alimenticios más saludables en el mercado local, involucrando más al consumidor argentino con estos productos.

En conclusión, Argentina tiene una oportunidad significativa para explotar mejor este rubro, no solo generando saldos positivos en la balanza comercial, sino también impulsando el desarrollo económico y social del país. Las mayores exportaciones podrían fortalecer la competitividad de los productos argentinos en el mercado internacional y contribuir al bienestar general de la economía local.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Para lograr una entrada exitosa en el mercado indio, es necesario realizar un análisis profundo de las condiciones comerciales, logísticas, regulaciones y requisitos para exportar. Este proceso busca determinar la viabilidad y las estrategias necesarias para aumentar las exportaciones de harina de lentejas, identificando obstáculos y proponiendo soluciones que generen nuevas oportunidades de negocio y desarrollo económico para las provincias productoras. Así, se espera contribuir al progreso económico y social de esta región.

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Identificar y dimensionar las oportunidades comerciales para la harina de lentejas argentina en el mercado indio a partir de un estudio de mercado aplicado, y proponer estrategias de inserción que permitan desarrollar las exportaciones y atender la demanda.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la competitividad del sector de legumbres en Argentina en relación a sus competidores mediante herramientas estratégicas (PESTEL y 5 Fuerzas de Porter)
- Estudiar los antecedentes de exportación de la harina de lenteja y sus volúmenes.
- Caracterizar la demanda y preferencias de consumo de harina de lenteja en el mercado indio con un análisis de mercado.
- Distinguir los costos de la logística como los de distribución e inserción en el mercado indio.
- Analizar la viabilidad de un proyecto de inserción para los productores nacionales, que genere más exportaciones hacia el país de destino.
- Formular recomendaciones estratégicas y un camino de acción para la inserción y el escalamiento exportador.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS PESTEL

El entorno externo e interno se entienden como parte de una entidad multifacética y compleja que integra dimensiones políticas, económicas, tecnológicas, humanas y físicas. Estas dimensiones presentan una dinámica histórica, por lo que es crucial considerar el aspecto temporal.

El análisis PESTEL permite identificar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que condicionan la competitividad y el acceso a mercados (Johnson, Scholes, & Whittington, 2008). Su aplicación orienta la detección de oportunidades y riesgos externos relevantes para la estrategia exportadora.

2.2 5 FUERZAS DE PORTER

De acuerdo con Porter (1980, 2008), la estructura competitiva de una industria se explica por cinco fuerzas: la rivalidad entre competidores, el poder de negociación de compradores y proveedores, la amenaza de nuevos entrantes y la de productos sustitutos. El análisis de estas fuerzas permite evaluar el atractivo del sector y definir posicionamientos defensivos o diferenciales.

A través de este modelo es posible determinar la rentabilidad a largo plazo de una empresa o de un segmento, en función de cinco fuerzas competitivas básicas. Esto abarca el quinto objetivo, que busca explicar la viabilidad del proyecto. Las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial son:

- **Competidores directos:** empresas que ofrecen el mismo bien o producto.
- **Clientes:** compradores de los bienes y servicios.
- **Proveedores:** empresas que suministran a las productoras todo lo necesario para ofrecer sus servicios.
- **Productos sustitutos:** aquellos que pueden cubrir las mismas necesidades que los productos existentes en el mercado.
- **Competidores potenciales:** empresas con capacidad para entrar a competir en un subsector determinado.

Esta herramienta será útil para identificar las fortalezas y debilidades del sector. Además, se utilizarán estrategias de internacionalización para analizar y definir la viabilidad del proyecto, favoreciendo la participación de empresas de países en desarrollo y emergentes en el mercado nacional. Hablar de estrategia implica ampliar su aplicabilidad para lograr una mayor competitividad. La estrategia debe ser una guía para alcanzar los objetivos propuestos por las empresas.

2.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Según Kotler y Armstrong (2017), la investigación de mercados es el proceso sistemático de diseño, recolección, análisis e interpretación de información relevante para la toma de decisiones. Complementariamente, Malhotra (2019) enfatiza el rol de los métodos cualitativos y cuantitativos para comprender preferencias del consumidor, canales y sensibilidad al precio.

La investigación de mercado tiene como objetivo ayudar a los fabricantes a determinar con claridad los deseos del cliente para satisfacerlos. Aunque los resultados no son siempre rigurosamente exactos, constituyen una ayuda significativa para los fabricantes. Esta investigación puede incluir actividades relacionadas con:

- Estudios en los puntos de venta para entender las relaciones entre consumidores y detallistas.
- Análisis de las preferencias del consumidor frente a productos de la competencia para establecer precios.

Conocer las costumbres, cultura y métodos de consumo en un nuevo mercado es crucial para facilitar la penetración y atraer clientes. Esta investigación será útil para desarrollar el segundo y tercer objetivo del proyecto, ya que proporciona información esencial para desempeñar un papel clave en el comercio exterior. Constituye la base sobre la cual la empresa puede establecer estrategias adecuadas y tomar decisiones informadas respecto a la colocación de productos y servicios en el mercado.

CAPÍTULO III.

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación será de tipo exploratoria y cualitativa, con el objetivo de proporcionar una referencia general sobre la temática que se abordará. Entre sus propósitos se incluye la formulación del problema de investigación, permitiendo extraer datos y términos que generen las preguntas necesarias. Este enfoque se caracteriza por la flexibilidad en la metodología aplicada y busca descubrir afirmaciones o pruebas existentes sobre el fenómeno estudiado. El problema de investigación se centra en analizar las oportunidades que ofrece India como mercado para la harina de lentejas producidas en el norte de Buenos Aires y Santa Fe.

Se busca identificar potencialidades comerciales, desafíos logísticos y culturales, así como estrategias para aprovechar este mercado emergente, considerando las características del producto y las demandas del mercado indio. Es importante destacar que esta investigación no pretende llegar a conclusiones definitivas, sino servir de base para investigaciones posteriores que extraigan resultados relevantes. Se orienta hacia la producción de datos descriptivos, incluyendo palabras y discursos expresados de forma hablada y escrita. Para la recolección de datos se utilizarán técnicas como entrevistas y estudios de caso, además de consultar fuentes secundarias como páginas oficiales.

3.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizarán técnicas de recolección de información tanto primarias, como entrevistas a entidades concededoras del tema, como secundarias, consultando fuentes oficiales. La investigación primaria implica la recopilación y análisis de datos directamente de fuentes originales, en el trabajo se realizaron entrevistas a personas entendidas del tema y con la información presente día a día para abordar objetivos específicos y generar nuevos conocimientos.

Por otra parte, la investigación secundaria se basa en datos ya disponibles y consiste en revisar y analizar fuentes como estudios publicados, informes y artículos. Este enfoque permite extraer información relevante sin la necesidad de recopilar nuevos datos. Ambos tipos de investigación son complementarios: la primaria ofrece específicos y actualizados, mientras que la secundaria proporciona un contexto más amplio basado en datos existentes. La combinación de ambos enfoques enriquecerá el análisis del tema investigado.

La primera entrevista se llevó a cabo con un funcionario de la representación argentina en India (área económico-comercial), mediante videollamada, con una duración aproximada de 30 minutos. Los ejes abordados fueron aranceles y requisitos FSSAI, canales de importación y homologación, estacionalidad y preferencias de consumo y percepción de calidad de legumbres y derivados argentinos en el mercado indio.

La segunda entrevista se realizó con Alberto Ramos (ATL CARGO), por videollamada, en mayo de 2025. El intercambio se centró en la estructura de costos logísticos (gastos en origen, flete marítimo y tiempos de tránsito hacia Nhava Sheva/Mundra), así como en requisitos documentales y operativos (Incoterms, coordinación con terminales y navieras).

CAPÍTULO IV.

DESARROLLO DEL PROYECTO

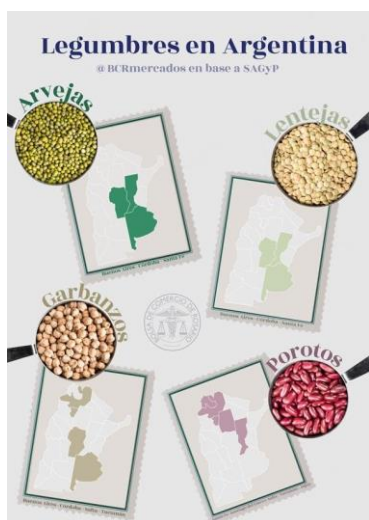
4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LEGUMBRES

Las legumbres son frutos comestibles de las plantas pertenecientes a la familia de las leguminosas. Comúnmente, se reconocen 11 tipos y proporcionan proteínas, fibra dietética, vitaminas, minerales, fitoquímicos y carbohidratos complejos, constituyendo un alimento clave para la seguridad alimentaria del mundo. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el consumo por habitante para 2020 era de 8 kg/año, siendo Asia y Latinoamérica los mayores consumidores. A pesar de ello, según estudios de la Cámara de Legumbres de la República Argentina (CLERA), el consumo en Argentina para el mismo año era de 800 gramos por habitante. La demanda mundial de legumbres sigue creciendo, lo que resalta la importancia de este sector en la economía local.

La producción se concentra en el centro y noroeste del país, abarcando provincias como Buenos Aires, Jujuy, San Luis, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero, Chaco y Salta. En total, hay más de 3.726 explotaciones dedicadas a porotos, garbanzos, arvejas y lentejas, sin embargo, hay mucha diferencia entre la distribución de los cultivos. Por un lado, encontramos la producción de arvejas y lentejas, concentradas en la zona sur, principalmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y, en menor medida, Córdoba; mientras que, por otro, encontramos que la producción de porotos y garbanzos se concentra en el resto de las provincias, aumentando la participación de los porotos a medida que nos movemos hacia el norte. Este sector representa un importante punto de referencia para las economías regionales y es por eso que algunos de los productos del complejo, como las Arvejas, desde el 2020 ya no tributan derechos de exportación

Figura 1

Tipo de legumbres por región.



Nota: explicación gráfica de producción de legumbres por provincias

Poroto:

En Argentina, el cultivo de porotos es el más importante dentro de la producción de legumbres y se encuentra localizado en el NOA, siendo Salta la principal provincia productora. Esta actividad se encuentra orientada casi un 95 % a la exportación, debido a que el consumo interno es de 0,120 kg por habitante al año, y se realiza principalmente durante los meses de otoño-invierno, coincidiendo con los meses en los que se obtiene la cosecha. Argentina posee la ventaja de ser uno de los principales exportadores de porotos del hemisferio sur, mientras que los principales abastecedores del mercado mundial, y nuestros más importantes competidores, se encuentran en el hemisferio norte, lo que le otorga al país una posición estratégica en el escenario global. Los destinos a los que se envía esta legumbre están compuestos por más de 27 países y los envíos más importantes tienen como destino Turquía, España, Argelia e Italia. Luego le siguen en importancia los comercializados con Brasil, Portugal, Chile e Israel, y por último varios países de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

Arveja:

El segundo cultivo más importante del sector es la arveja Verde, con un dinamismo comercial y productivo cada vez más atractivo. La cosecha se realiza entre fines de octubre y principios de noviembre y tiene un importante mercado interno, tanto para consumo fresco como para la industria de alimentos, pero también es un producto de exportación importante, especialmente las arvejas secas desvainadas las cuales las importa con mayor frecuencia el país de Venezuela, China y Brasil.

Garbanzo:

Las principales provincias productoras son Córdoba, Salta y Tucumán. También se cultiva en Santa Fe, Catamarca y Santiago del Estero. Se cultiva principalmente el garbanzo tipo Kabuli, aunque también se están desarrollando variedades tipo Desi, esta legumbre se cosecha entre octubre y diciembre, dependiendo de la zona y una gran parte de la producción se exporta a mercados internacionales, mientras que un porcentaje menor se destina al mercado interno, estos mercados están compuestos por Turquía, India, Pakistán y la Unión Europea. En menor medida, otros países como Estados Unidos, Canadá, Brasil, Italia, España y Chile también son destinos importantes.

Lenteja:

La variedad más común producida en Argentina es la lenteja pardina, pero también se está investigando la posibilidad de cultivar lentejas rojas para exportación. Es una fuente de nutrientes, incluyendo hierro y se cultivan principalmente en las provincias de Santa Fe, Buenos Aires y Córdoba con una menor participación.

Argentina también exporta lentejas, aunque en menor medida que otras legumbres, estos principales destinos de exportación son Brasil, con un 60 % del total, seguido por Uruguay con el 35 %, y luego Paraguay, Chile y Cuba con el 5 %.

Argentina posee condiciones agroecológicas excepcionales para el cultivo de legumbres como poroto, garbanzo, arvejas y lentejas y ha orientado su producción hacia la exportación, enviando más de la mitad de su producción al mercado externo. A pesar de la baja población en Argentina, el sector muestra un fuerte sesgo exportador, con alrededor del 60 % de la producción destinada al mercado externo. En los últimos cinco años se han exportado un promedio de 618 mil toneladas anuales; el año con mayor volumen fue 2016 con 666 mil toneladas y un valor cercano a 510 millones de dólares.

El clima y el suelo son ideales para este cultivo y los agricultores han perfeccionado técnicas a lo largo del tiempo para maximizar tanto la producción como la calidad. La producción se realiza principalmente en secano, lo que reduce costos y aumenta beneficios. Los actores clave en este sector son los agricultores, intermediarios y empresas procesadoras que compran las lentejas para su comercialización.

Además, existen organismos públicos y privados que apoyan el desarrollo del sector mediante asesoramiento técnico y capacitación. Ejemplos incluyen el INTA y el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En resumen, la producción de legumbres en Argentina no solo es vital para la economía local, sino que también tiene un gran potencial para crecer en los mercados internacionales debido a su alta calidad y condiciones favorables para el cultivo.

4.2 ACTORES DIRECTOS EN LA PRODUCCIÓN DE LEGUMBRES (PRODUCTORES, INDUSTRIAS SELECCIONADORAS, EXPORTADORES)

En la producción en el Noroeste Argentino, intervienen diversos actores que desempeñan roles fundamentales. Estos incluyen a los productores, las industrias seleccionadoras y los exportadores. Según datos del Censo Nacional Agropecuario 2018, en Argentina existen 3.726 explotaciones agropecuarias (EAP) dedicadas al cultivo.

En lo que refiere al comercio exterior, cada vez más empresas comercializan legumbres en forma de granos secos. La cantidad de empresas varía significativamente de acuerdo al tipo. La exportación de porotos es la que registra un mayor nivel de empresas (163), seguido de la exportación de garbanzos (117), luego la de arvejas (40) y la de lentejas (8).

Finalmente, dentro de los actores institucionales de relevancia, se puede mencionar a la Cámara de Legumbres de la República Argentina (CLERA) que reúne a agentes de toda la cadena de producción, distintas estaciones experimentales del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el MAGyP. Estos organismos contribuyen en la generación y difusión de información sobre los beneficios asociados a la producción y el consumo. También se pueden mencionar otros que desarrollan investigación dentro del complejo, como el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación, la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombes (EEAOC), que trabaja específicamente en el mejoramiento genético bajo el Proyecto Legumbres Secas; y el INTA y diversos institutos de investigación de Universidades, que en articulación con agentes del sector privado u organismos internacionales han contribuido a mejorar la genética de las legumbres. En el ámbito provincial, en Santa Fe funciona la Mesa Provincial de Legumbres con el fin de promover la producción y el consumo, principalmente en arvejas y lentejas. Por último, dentro del sector privado se encuentran asociaciones y clústeres como el Clúster del Garbanzo en la provincia de Córdoba y la Asociación de Productores de Legumbres del NOA.

En cuanto a las procesadoras de legumbres, tienen con un rol fundamental dentro de la cadena productiva y exportadora del país. Estas industrias se encargan de la limpieza, selección, clasificación, fraccionamiento y empaque de las legumbres, tareas clave para garantizar que los productos cumplan

con los estándares de calidad exigidos tanto en el mercado interno como externo. Además de su función operativa, las procesadoras aportan valor agregado a la producción primaria, permitiendo que el producto llegue en óptimas condiciones a destinos internacionales exigentes. Su actividad favorece la inserción de Argentina en el comercio global ya que sin un adecuado tratamiento postcosecha, los productos no podrán competir en términos de calidad, inocuidad y presentación.

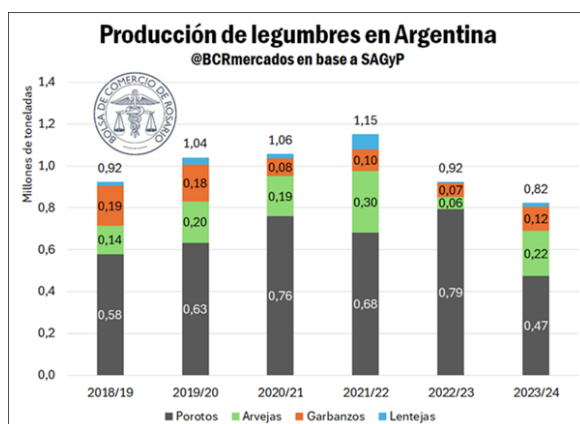
Muchas de estas procesadoras están ubicadas en las provincias productoras y allí generan empleo local, dinamizan las economías regionales y fomentan el desarrollo agroindustrial. Algunas de ellas son; Legumbres El Monarca S.A ubicada en Entre Ríos dedicada al procesamiento y comercialización de legumbres, como lentejas y porotos teniendo certificaciones internacionales de calidad y exporta a más de 30 países. Otra de ellas es Grupo AGD (Aceitera General Deheza) ubicada en la ciudad de Córdoba que, aunque es conocida por su actividad oleaginosa, también trabaja con legumbres, especialmente garbanzos. Tiene una infraestructura moderna para procesar envasar y exportar.

Argentina posee destacadas empresas exportadoras de legumbres, entre ellas se encuentran Desdelsur SA, Agricultores Federados Argentinos (AFA), Grupo Los Grobo y Cicer. Desdelsur SA destaca como el mayor exportador de garbanzos, mientras que AFA es reconocido como el principal exportador de arvejas. Por su parte, Grupo Los Grobo está desarrollando una cadena de suministro de garbanzos, lentejas y arvejas a través de contratos con los agricultores, fortaleciendo así la producción y exportación.

Cicer es una empresa ubicada en Sinsacate, Córdoba que produce, procesa y comercializa legumbres, otros granos y semillas, dato no menor que se encuentran trabajando en la certificación HACCP y la habilitación para realizar exportación desde la planta.

4.3 QUÉ TIPOS DE LEGUMBRES SON LAS QUE MÁS SE PRODUCEN

En Argentina, las legumbres que más se producen son los porotos blancos y negros, que representan el 38 % y el 40 % de la superficie sembrada, respectivamente. Además, la producción de las principales oscila entre las 700.000 y 750.000 toneladas, de las cuales cerca de 500.000 toneladas corresponden a distintas variedades de porotos, 140.000 toneladas a arvejas, 55.000 toneladas a garbanzos y 35.000 toneladas a lentejas. Argentina es un productor mediano de legumbres, con aproximadamente 600 mil hectáreas cultivadas y más de 660.000 toneladas proyectadas de producción.

Figura 2*Producción de legumbres en Argentina*

Nota: descripción de la productividad por legumbre expresada en millones de toneladas

Se puede observar que la producción de arvejas se triplicó con creces y se ubicó más de un 20 % por encima del promedio de las últimas cinco campañas. El crecimiento de las arvejas se explica por alzas en todos los indicadores productivos. Mientras la superficie sembrada creció casi un 9 %, el retroceso de la sequía mejoró el área cosechada, mientras en 2022/23 se cosechó apenas el 60% de la superficie sembrada, la campaña de arvejas 2023/24 mejoró sus niveles de superficie cosechada, representando ésta el 92 % de las hectáreas sembradas.

La cosecha 2023/24 marcó un crecimiento de casi el 80 % en la producción de garbanzos. Sin embargo, la producción de esta legumbre aún se encuentra un 6 % por debajo del promedio de los últimos cinco ciclos productivos. A pesar de un crecimiento de más del 50 % en el área sembrada (y en máximos desde el ciclo 2019/20), el rendimiento de los garbanzos subió apenas un 6,5 %, aún debajo de sus promedios.

Asimismo, si bien la cosecha de lentejas se duplicó, todavía está casi un 50% por debajo de sus promedios históricos. Es importante destacar que esta recuperación parte de pisos muy bajos, la cosecha 2022/23 marcó una caída del 91 % en la producción de lentejas en Argentina.

Finalmente, la producción de porotos 2023/24 marcó una caída del 40 %. Luego de evitar la sequía de la cosecha 2022/23, la cosecha actual mostró una marcada merma, explicada ante todo por la fuerte baja de rendimientos. Este panorama complejo se verificó especialmente en las variedades de poroto negro y poroto alubia, que representan cerca del 80 % de la superficie sembrada con esta legumbre en el país.

Los ritmos de producción han condicionado los volúmenes de exportación de las legumbres argentinas. El volumen embarcado de porotos cayó un 46 %. En el caso de las arvejas, pasada la sequía las toneladas exportadas de dicha legumbre se multiplicaron y alcanzaron su tercer mayor nivel en dos décadas. No obstante, por la caída de precios las exportaciones de arvejas medidas en dólares esta multiplicación bajo.

La recuperación productiva de los garbanzos trajo un crecimiento exportador del 64 % en volumen y del 45 % en precios, en un 2024 que marcó la mayor generación de divisas desde 2018 para

esta legumbre. Finalmente, las lentejas registraron su segundo mayor volumen exportado en más de veinte años.

A pesar de los crecimientos exportadores de las arvejas, garbanzos y lentejas, la caída productiva y exportadora del poroto fue muy marcada. Consideradas en conjunto, las exportaciones de legumbres en Argentina cayeron 12 % en 2024, ubicándose 24 % por debajo de su promedio de cinco años en dólares.

4.4 CONSUMO INTERNO FRENTE AL EXTERNO

El consumo por habitante de legumbres de Argentina ronda los 800 gramos, lejos del promedio mundial. El 95 % de los porotos y del maíz pisingallo que se producen se exportan, en cuanto a las arvejas solo se consumen 100 gramos anuales por persona, las lentejas y los garbanzos apenas llegan a 400 gramos. Aunque el garbanzo es la legumbre que más creció en la producción y exportación, también crece el lentamente el consumo interno. De esta manera no se llega a cubrir las recomendaciones que emiten los organismos nacionales e internacionales de salud. Argentina se encuentra en una posición compleja en la que se cuenta con una alta disponibilidad de alimentos de producción nacional, casi sin requerir la importación de estos, pero con baja capacidad de acceso de la población. Es decir, los alimentos abundan, pero no se distribuyen equitativamente en la mesa de las familias argentinas.

Además, en la India hay "vegetarianos" y "no vegetarianos", una categorización de los hábitos alimenticios que muestra la realidad de un país en el que para las castas altas en el hinduismo no comer carne es una obligación, mientras que para los más humildes la dieta "verde" es sobre todo una cuestión de precios. El consumo per cápita anual ronda entre los 17 y 20 kilos de legumbres, es uno de los mayores consumidores y productores especialmente de garbanzo y lentejas en el mundo, con una producción anual de aproximadamente 24 millones de toneladas, aunque aún necesita importar grandes volúmenes para cubrir la demanda. Son un alimento básico en la dieta india y son ampliamente consumidas en todo el país. Además, es un importante importador, con un promedio de 1.5 millones de toneladas importadas anualmente. Las lentejas importadas se utilizan para satisfacer la demanda interna, ya que la producción nacional no es suficiente para cubrir la misma.

Esta diferencia se debe principalmente a factores culturales y dietéticos. En India, las legumbres son un componente esencial de la dieta diaria, especialmente en una población mayoritariamente vegetariana, mientras que en Argentina el consumo de legumbres es esporádico y se concentra en ciertos estratos o estaciones del año.

La escasa incorporación de legumbres en la dieta argentina, a pesar de la fuerte capacidad productiva del país, refuerza la idea de que el principal destino de esta producción es el mercado externo. Este escenario resalta el potencial de la Argentina como proveedor de legumbres procesadas, como la harina de lentejas, especialmente en mercados con alta demanda como India.

4.5 PRINCIPALES IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE LEGUMBRES

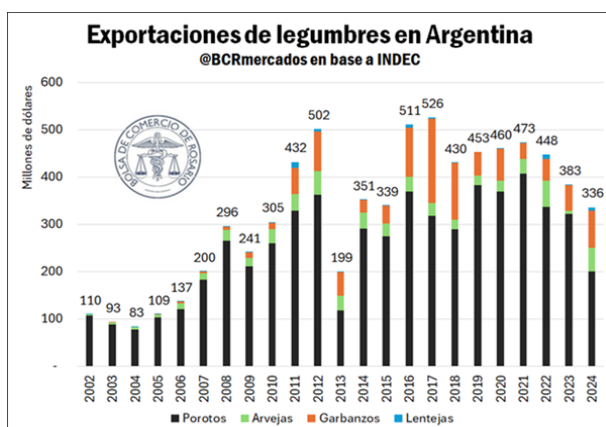
Los principales exportadores de legumbres a nivel mundial son Canadá especialmente en lentejas, guisantes secos y garbanzos, India, aunque es un gran productor también exporta algunos tipos de legumbres como garbanzos y mungo a países asiáticos y africanos. Australia es un exportador relevante de lentejas, garbanzos y guisantes partidos. Estados Unidos destaca en frijoles secos, lentejas y garbanzo. Por último, Argentina se posiciona como exportador de porotos, garbanzos y lentejas.

Haciendo mención a los principales importadores de legumbres nos encontramos con India siendo el mayor consumidor de las mismas, importa lentejas, garbanzos, arvejas entre otros. China una potencia que importa especialmente arvejas seguida de Estados Unidos que importa frijoles, garbanzos y guisantes secos. Por último, Bangladesh otro importador con una alta demanda de lentejas y garbanzos especialmente de Canadá y Australia.

Si nos concentramos en Argentina, podemos decir que tuvo una de las peores cosechas de legumbres en 2024. Se puede observar en el gráfico el crecimiento a partir del año 2016 donde tuvo un salto exponencial que se mantuvo y luego comenzó a caer, las exportaciones cayeron 12 %, ubicándose 24 % por debajo de su promedio de cinco años en dólares. A pesar de esta coyuntura adversa para las legumbres, el panorama que se observa para la demanda es muy alentador ya que Argentina es reconocida mundialmente por el hecho de que exporta el 90 % de la producción a mercados internacionales y se destaca por la calidad y sabor, lo que da como resultado a una demanda activa por parte de sus importadores.

Figura 3

Exportaciones de legumbres en Argentina



Nota: evolución de las exportaciones en los últimos años, se observan variaciones en los volúmenes exportados según el tipo de legumbre.

Se presenta un contexto de alto potencial para las legumbres en Argentina por el hecho de que se posiciona como un actor clave con crecimiento constante, contando con estructuras productivas y comerciales bien desarrolladas. Asimismo, el país tiene capacidad para diversificar su oferta y acceder a mercados estratégicos lo cual representa una gran oportunidad de expansión. Por lo tanto, la

combinación de condiciones agroecológicas favorables, experiencia técnica y la creciente demanda internacional sitúan a Argentina como país con fuerte proyección para consolidarse como líder regional y competitivo a nivel global en el comercio de legumbres.

También hay que tener en cuenta que se presentan barreras técnicas, económicas y de mercado que en el ambiente competitivo deben ser superadas para el desarrollo de este sector, como ser las formas de producción, la calidad del suelo, la falta de acceso a semillas de calidad, la competencia de otros cultivos, y los altos costos de producción y por último también pueden ser la presencia de otras fuentes de proteínas y las relaciones comerciales con los países socios. En estos casos, las negociaciones internacionales bilaterales y las multilaterales en espacios como la OMC son claves para mejorar el acceso de los productos a los mercados externos demandantes, así como para proveer a la producción argentina de material genético mejorado y de nuevas variedades importadas.

Es de suma importancia que los productores del país estén informados acerca de los planes que están a su alcance para aprovechar, como ser el Plan Nacional de Legumbres que se lanzó en 2023 con el objetivo de "impulsar la producción nacional, aumentar el consumo interno, abrir nuevos mercados internacionales y agregar valor a través de la industrialización de estas materias primas".

5 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LENTEJAS

5.1 DIFERENCIAS PRODUCTIVAS E INDUSTRIALES DE LA LENTEJA EN RELACIÓN A OTRAS LEGUMBRES

Dentro de las legumbres, la lenteja se destaca por sus propiedades nutricionales, sabor distintivo y versatilidad en la cocina. A continuación, se detallan las diferencias productivas e industriales de la lenteja en relación a otras legumbres:

Tabla 1

Aspectos productivos

Aspecto	Lentejas	Otras Legumbres (ej. Garbanzos, Frijoles)
Tamaño y Forma de la Semilla	Semilla pequeña y redonda, lo que facilita su procesamiento y cosecha.	Semillas más grandes y ovaladas, lo que puede dificultar el procesamiento.
Tiempo de Cultivo	Tiempo de cultivo más corto, lo que la hace atractiva para los agricultores.	Generalmente requieren más tiempo para crecer y madurar.
Adaptabilidad del Suelo	Puede crecer en suelos pobres en nutrientes y con poca agua, adaptable a diversas condiciones climáticas.	Necesitan suelos más fértiles y condiciones específicas para un crecimiento óptimo.
Producción	Alto rendimiento, rentable para los agricultores, con alta demanda en mercados locales e internacionales.	Varía según la especie; algunos pueden ser menos rentables o tener menor demanda.
Propiedades Nutricionales	Rica en proteínas, fibra, hierro y otros nutrientes; bajo contenido en grasas y buena fuente de carbohidratos complejos.	También nutritivas, pero pueden variar en contenido de grasas y proteínas según la especie.

Entre los datos se destacan el tamaño y forma de la semilla, el tiempo de cultivo, la adaptabilidad del suelo, la producción y las propiedades nutricionales de la lenteja en cuanto a otras legumbres.

Tabla 2

Aspectos Industriales

Aspecto	Lentejas	Otras Legumbres (ej. Garbanzos, Frijoles)
Usos Culinarios	Sopas, guisos, ensaladas, hamburguesas vegetarianas, dal (India)	Garbanzos: hummus, falafel, ensaladas, guisos. Frijoles: frijoles refritos, chili, sopas, ensaladas, burritos.
Procesamiento	Pueden germinarse para aumentar nutrientes Algunas variedades no requieren remojo previo a la cocción.	Generalmente requieren remojo prolongado antes de la cocción para reducir el tiempo de cocción y mejorar la digestibilidad. Los garbanzos se utilizan para producir harina y snacks.
Industria Alimentaria	Se utilizan en sopas enlatadas, productos vegetarianos y como espesantes en salsas.	Ampliamente utilizados en productos enlatados, congelados y deshidratados. Los frijoles se utilizan en la producción de alimentos para bebés y purés.
Tiempo de Cocción	Cocción relativamente rápida, generalmente entre 20-40 minutos, dependiendo de la variedad. En olla de presión, 10-15 minutos.	Varía ampliamente según el tipo de legumbre. Los garbanzos y frijoles pueden requerir de 1 a 4 horas de cocción, dependiendo del remojo previo y el método de cocción.
Sabor y Textura	Sabor terroso y suave. Textura varía de firme a cremosa dependiendo de la cocción y la variedad.	Garbanzos: sabor a nuez, textura firme. Frijoles: el sabor y la textura varían mucho según el tipo de frijol, desde suaves y cremosos (frijoles negros) hasta firmes (frijoles rojos).

Entre los datos se destacan los usos culinarios, procesamiento, industria alimentaria, tiempo de cocción y el sabor y textura de la lenteja en cuanto a otras legumbres.

En resumen, se destaca en términos productivos e industriales por su adaptabilidad al cultivo, tamaño y forma de semilla, producción, propiedades nutricionales, versatilidad en la cocina y facilidad de procesamiento. Estas características la hacen una opción atractiva para los agricultores, la industria alimentaria y si se le agrega valor aún más para los países consumidores de este producto.

5.1.1 CAPACIDADES INSTALADAS Y FORTALEZAS SECTORIALES PARA PRODUCIR, ELABORAR Y EXPORTAR LENTEJAS

El sector productivo de lentejas en Argentina cuenta con diversas capacidades instaladas y fortalezas para producir y exportar a nivel nacional e internacional.

La primera de ellas es conocida como la experiencia en la producción. Los agricultores de la región han cultivado lentejas durante generaciones, y han desarrollado conocimientos y prácticas agrícolas específicas para este cultivo. Gracias a esta experiencia los agricultores de la región han adoptado tecnologías modernas para mejorar la producción, incluyendo la utilización de semillas mejoradas, el uso de fertilizantes y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles. Gracias a estas tecnologías las variedades de lentejas adaptadas a las condiciones climáticas y de suelo locales han aumentado, lo que permite obtener cosechas de alta calidad.

Asimismo, se encuentra la infraestructura de almacenamiento donde la región cuenta con una infraestructura adecuada para el almacenamiento, lo que permite a los productores y procesadores almacenar grandes cantidades en condiciones adecuadas y durante períodos prolongados.

En la región NOA hay varias empresas procesadoras de lentejas, que se dedican a la elaboración de productos como la harina de lentejas, la pasta de lentejas y las conservas de lentejas. Estas empresas tienen experiencia en la elaboración de productos de alta calidad y cumplen con los estándares de calidad internacionales.

Una gran fortaleza en el sector productivo en Argentina es que se han obtenido certificaciones de calidad y seguridad alimentaria, lo que permite a los productores y procesadores exportar sus productos a diferentes mercados internacionales.

Código Alimentario Argentino (CAA): Es el reglamento técnico que establece los requisitos mínimos de calidad e higiene que deben cumplir los alimentos para su comercialización en Argentina. El CAA incluye disposiciones específicas para las legumbres, como las lentejas.

Normas IRAM: El Instituto Nacional de Normalización y Certificación (IRAM) es una organización sin fines de lucro que desarrolla normas técnicas para diversos sectores, incluyendo la industria alimentaria. Las empresas argentinas pueden obtener certificaciones IRAM que demuestren el cumplimiento de estas normas.

Buenas Prácticas Agrícolas (BPA): Las BPA son un conjunto de prácticas agrícolas que buscan garantizar la producción de alimentos seguros y de calidad. Las empresas argentinas también pueden obtener estas certificaciones.

Por último y gracias a lo anterior la lenteja producida en Argentina tiene un gran potencial de exportación debido a su alta calidad y a la demanda creciente de productos de origen vegetal en los mercados internacionales. Además, la región tiene una ubicación geográfica estratégica que facilita el acceso a los mercados de América Latina, América del Norte y Europa.

Diversos estudios y análisis en Argentina como ser uno del CONICET presentado ante el Congreso Internacional de Ciencia y Tecnología de los Alimentos (2024) que analizó las propiedades nutricionales y tecno funcionales de harinas de lentejas – entera y descascarada- de origen argentino, entre los hallazgos descubrieron que la lenteja turca descascarada alcanzó un contenido proteico de 26,8 % gramos/100 gramos de base seca con buena proporción de grasas saludables y alta digestibilidad (78 %). Otra capacidad para destacar de la lenteja es la de fijar nitrógeno en el suelo, lo que aporta fertilidad residual para cultivos posteriores.

5.1.2 COMPETITIVIDAD DE ARGENTINA

El complejo en Argentina se compone de arvejas, garbanzos, lentejas y porotos secos, y se caracteriza por presentar un elevado potencial de crecimiento y de derrame para las economías regionales. Según datos de la Bolsa de Comercio de Rosario, Argentina es un productor mediano para un mercado internacional de 68 millones de toneladas de producción y 12 millones de toneladas de comercio.

El negocio es clave para las economías regionales, y el complejo argentino presenta un fuerte sesgo exportador, volcando al mercado externo más del 60 % de lo producido, a más de 50 países del mundo, aunque con variaciones según la especie. El mercado está fuertemente concentrado a nivel mundial, con un gran comprador como India, y algunos exportadores fuertes como Canadá y Australia, lo que abre un abanico de posibilidades a la provisión de lentejas argentinas a contra estación.

En el primer semestre del año 2022, las exportaciones generaron ingreso de divisas por poco más de US\$ 200 millones, lo que representa un potencial de crecimiento y de derrame para las economías regionales. Además, los precios del mercado mundial se han incrementado, por lo que el ingreso de divisas a nivel total se espera que compense la caída cuantiosa en la superficie a cultivar.

En cuanto a las empresas productoras y exportadoras en Argentina, algunas de las más destacadas son Alimentos de Argentina S.A. Alimar, Doble A S.A y Don Elio S.A. Cabe destacar que estas empresas tienen el knowhow y condiciones agroecológicas para aumentar su producción y lograr satisfacer las demandas por parte de segmentos que buscan legumbres con sellos distintivos de calidad (comercio justo, orgánico, kosher, vegano, huella de carbono, cuidado del medio ambiente).

En cuanto a precios, Argentina también se mantiene en condiciones de responder a una demanda creciente en volumen y cada vez más exigente en cuanto a calidad. Por ejemplo, la empresa Desdelsur, líder en el auge de las legumbres en Argentina, ha experimentado un buen momento de precios a pesar de la competencia fuerte en el segmento.

En conclusión, a todo lo previamente detallado se organizó la información en un análisis PESTEL:

La política en el mercado de lentejas en Argentina ha cobrado mayor relevancia en los últimos años. En 2023, se creó la Mesa Nacional de Legumbres (PROLEGUMBRES) en el ámbito de la Subsecretaría de Agricultura, con representantes de la Cámara de Legumbres de la República Argentina (CLERA), la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA) y otras entidades. Esta mesa busca coordinar políticas a nivel local, regional e internacional relacionadas con las legumbres, y proponer acciones en materia de ciencia, tecnología, producción y comercialización.

La política actual busca promover el desarrollo del sector a través de la coordinación público-privada y la apertura de nuevos mercados de exportación. No obstante, persisten desafíos como la falta de desarrollo genético y la necesidad de importar variedades, que impiden aprovechar plenamente el potencial del mercado internacional de lentejas.

El contexto económico en Argentina, caracterizado por una alta inflación y pobreza, tiene un impacto significativo en el sector de exportación de lentejas. La volatilidad del tipo de cambio, que ha experimentado cambios bruscos en los últimos años, afecta la competitividad de los productores. Esto

se traduce en una mayor dificultad para mantener los precios y la rentabilidad, lo que puede llevar a una disminución en la producción y exportación. Para mejorar la situación, los productores deben diversificar sus mercados, reducir costos y buscar financiamiento para aumentar su rentabilidad. Sin embargo, la incertidumbre económica y la alta inflación pueden hacer que sea difícil implementar estas estrategias. Además, la balanza de pagos y la tasa de crecimiento del PBI también son factores importantes que afectan el sector. La tasa de inflación y el tipo de cambio real también juegan un papel crucial en la capacidad de los productores para mantener sus precios y rentabilidad.

El entorno social en Argentina ejerce una influencia significativa en la industria de exportación. La actividad de producción no solo crea oportunidades laborales directas e indirectas en la región, fomentando el desarrollo rural y la seguridad alimentaria, sino que también juega un papel crucial en la preservación de la cultura y las tradiciones locales. Esta contribución al tejido social se refleja en la identidad y el arraigo de la comunidad, fortaleciendo los lazos entre los habitantes y sus prácticas agrícolas.

El uso de tecnología avanzada y prácticas modernas es fundamental para el crecimiento y desarrollo sostenible del sector en Argentina. La tecnología permite a los productores optimizar sus procesos, reducir costos y mejorar la eficiencia, lo que les permite aumentar sus ganancias y mejorar su capacidad para competir en el mercado internacional. Además, la tecnología también les permite acceder a nuevos mercados y clientes, lo que puede aumentar las oportunidades de exportación y mejorar la rentabilidad del sector.

Si bien la producción puede tener efectos adversos en el medio ambiente, la implementación de prácticas agrícolas sostenibles puede mitigar significativamente estos impactos y promover un cultivo más respetuoso con el entorno ecológico de la región.

En Argentina, la Ley de Semillas exige a los productores el uso de semillas certificadas por el Instituto Nacional de Semillas (INASE), garantizando que estén libres de plagas y enfermedades, y con una tasa de germinación mínima del 80 %. Por otra parte, la Ley de Comercio Exterior establece que las lentejas deben estar registradas en el Registro Nacional de Productos Alimentarios (RNPA), contar con un certificado de sanidad vegetal del Senasa, y cumplir con normas de etiquetado y embalaje según la Ley de Lealtad Comercial. En cuanto al Código Alimentario Argentino, se requiere que estén libres de impurezas y contaminantes, con un contenido de humedad máximo del 13 % y de cenizas máximo del 1 %.

5.1.3 PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES DE LA LENTEJA

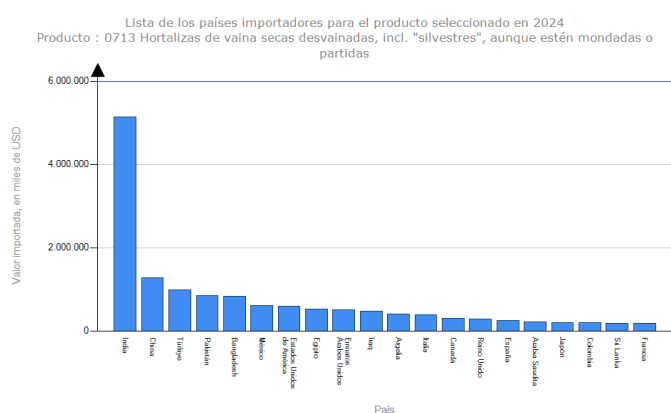
El consumo de lentejas está experimentando un notable auge en los últimos años, tanto a nivel mundial como en algunos países, debido a sus beneficios nutricionales y su versatilidad culinaria. A nivel mundial, el consumo de legumbres, incluyendo las lentejas, está aumentando, con proyecciones de crecimiento en los próximos años. Uno de los factores que impulsan el auge es la lenteja como alternativa a la carne, tanto para personas que buscan reducir su consumo de carne como para aquellos que siguen dietas vegetarianas o veganas, sumando también que requieren menos recursos para su producción. Otro factor importante es que la creciente conciencia sobre la importancia

de una dieta equilibrada y saludable está impulsando el consumo de legumbres, como las lentejas, que son consideradas alimentos funcionales. Es interesante destacar que la lenteja fue el producto más comercializado en porcentaje de su producción. Por mucho tiempo lideró la producción mundial exportada, seguida por arvejas secas y después aparecen los porotos secos y el garbanzo. Es preciso notar que por un lado son las menos consumidas en el mundo, pero las más transadas, lo cual indica que los países consumidores tienen limitaciones para producir.

Entre los destinos principales de las importadoras se destacan India, China, Turquía, Pakistán y Bangladesh. De acuerdo con los datos obtenidos en Trade Map, China e India presentan valores exportados similares entre sí, aunque ambos superan ampliamente al resto de los países mencionados.

Figura 4

Principales importadores de lentejas



Nota: se visualizan los principales países importadores de lentejas con sus cantidades expresadas en millones de dólares.

En cuanto a los principales países exportadores, identificamos a Canadá, Australia, Myanmar, Estados Unidos y Rusia. Se observa que Canadá presenta una diferencia significativa en el valor exportado respecto a los demás, mientras que Australia también muestra un valor considerablemente superior al del resto.

Cabe mencionar que India importó en 2023 desde Argentina aproximadamente 3.719 toneladas, un valor muy pequeño, lo que es un valor muy pequeño para la cantidad que importa del resto del mundo, que está rondando los 3 millones. Argentina tiene una gran oportunidad para aumentar las exportaciones al mercado indio, sin embargo, los problemas en torno a la producción de lentejas van desde los primeros eslabones de la cadena, cuyos pilares fundamentales para trabajar son la genética utilizada, la calidad del producto y la investigación y desarrollo. En cuanto a la genética, la falta de variedades que se adapten a las condiciones climáticas locales y a las demandas del mercado internacional limita su productividad y la calidad del producto final. Actualmente hay solo cuatro cultivares de lenteja registrados en el Instituto Nacional de Semillas (INASE) –tres de ellos fueron registrados por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y uno solo por el sector privado- y todos ellos cuentan con más de 20 años de antigüedad. La falta de innovación se ve exacerbada por el uso extendido de “bolsa blanca”, que desalienta la inversión en investigación y

desarrollo (PEL, 2023). Las lentejas argentinas no alcanzan los estándares internacionales en términos de tamaño, color y contenido nutricional, mientras que además los países demandan lentejas rojas y verdes. Por otra parte, es crucial mejorar las prácticas de manejo y postcosecha para garantizar un producto de alta calidad, factor determinante en la competitividad.

Figura 5

Principales exportadores de lentejas



Notas: se visualizan los principales países exportadores de lentejas con sus cantidades expresadas en millones de dólares.

La producción de lenteja en Argentina enfrenta numerosos desafíos, tanto en la estructura de la cadena productiva como desde factores externos que afectan su competitividad en el mercado internacional. Es importante destacar que, aunque el consumo anual de legumbres en Argentina es 800 gramos por habitante, el 50 % corresponde a lentejas. Resulta paradójico que la lenteja, siendo la legumbre más consumida por los argentinos, es también la que presenta mayores falencias en términos de desarrollo productivo y estructural. Nuestro país es importador neto de lentejas, ya que la producción nacional no logra cubrir la demanda. De esta forma, la sustitución de importaciones se plantea como un desafío para los próximos años (Ministerio de Economía, 2022).

5.2 MERCADO INDIO

India es uno de los mayores consumidores globales de legumbres y presenta una demanda sostenida de lentejas y productos derivados. La relevancia cultural y dietaria de estas fuentes proteicas, sumada al crecimiento del ingreso urbano, configura un contexto atractivo para evaluar oportunidades específicas de inserción de harina de lentejas argentina. Situada en Asia meridional, tiene una superficie de 3.287.260 km² y una población superior a 1.400 millones de habitantes. A nivel de consumo, las legumbres ocupan un lugar central en la dieta, lo que sostiene la demanda a lo largo del año. En lo que sigue se caracteriza el mercado, sus tendencias de consumo, el posicionamiento internacional y las principales barreras y oportunidades regulatorias y competitivas pertinentes para la toma de decisiones de exportación.

5.2.1 ANÁLISIS COMPETITIVO DEL MERCADO INDIO DE LENTEJAS

Con base en las 5 Fuerzas de Porter (2008), el análisis competitivo del mercado indio de lentejas se estructura en: rivalidad, poder de compradores, poder de proveedores, amenaza de sustitutos y de entrantes potenciales; a continuación, se sintetiza cada dimensión aplicada al caso.

La rivalidad entre competidores es alta: el mercado indio de lentejas se abastece principalmente de Canadá, Australia y Myanmar, con competencia basada en precio, volumen, regularidad de entrega y cumplimiento normativo. La diferenciación del grano es limitada, aunque existen oportunidades de diferenciación por certificaciones, calidad y valor agregado (p. ej., harina de lentejas con atributos saludables), lo que reduce la presión puramente de precios.

El poder de negociación de los compradores es alto: los importadores mayoristas indios concentran demanda, son sensibles al precio y poseen facilidad de sustitución por origen/proveedor. Esta dinámica exige construir relaciones estables con contratos claros, cumplimiento logístico y atributos diferenciales (calidad certificada, consistencia de lote, servicios posventa B2B).

El poder de negociación de los proveedores (aguas arriba en Argentina) es medio-alto: la disponibilidad local de variedades más demandadas por India (rojas/amarillas) aún es limitada, con restricciones genéticas y de semillas. Esto condiciona los volúmenes y la estandarización, elevando el costo de oportunidad y el riesgo de incumplimiento. Fortalecer la base productiva y la estandarización es clave para bajar este poder.

La amenaza de sustitutos es media: existen otras legumbres y harinas vegetales (garbanzo, arveja) con usos comparables en la industria de alimentos. Sin embargo, la harina de lentejas conserva ventajas funcionales/nutricionales específicas en formulaciones “clean label” y sin gluten, lo que amortigua el reemplazo cuando la estrategia de producto está bien posicionada.

La amenaza de nuevos entrantes es media: en India hay barreras regulatorias, exigencias sanitarias y relaciones de canal ya consolidadas. La volatilidad arancelaria puede abrir/cerrar ventanas de entrada, pero la confianza de canal y la capacidad de abastecimiento sostenido son barreras pragmáticas que desalientan entrantes ocasionales.

Implicancias estratégicas. Para Argentina, la vía de escape a la rivalidad por precio es diferenciar por calidad certificada y valor agregado (harina), asegurar fiabilidad logística, y adaptar la oferta varietal hacia rojas/amarillas, reduciendo el poder de los compradores. En paralelo, fortalecer la base productiva y la estandarización baja el poder de proveedores internos y mejora la capacidad de negociación externa.

5.2.2 PANORAMA DEL MERCADO DE CONSUMO

India, uno de los mayores consumidores globales de legumbres, presenta una demanda sostenida de lentejas, impulsada por sus tradiciones culturales, religiosas y dietéticas. Aunque el país consume una amplia variedad, las lentejas rojas y amarillas dominan el mercado, representando el 65 % de las importaciones. Asimismo, las lentejas verdes constituyen aproximadamente el 25 % y las pardinas, la variedad principal de Argentina, solo cerca del 10 %. Esto crea una oportunidad estratégica

para que Argentina adapte su producción hacia las variedades más demandadas, como las rojas y amarillas, lo que le permitiría competir de manera más efectiva con los principales exportadores.

El creciente poder adquisitivo de la clase media de India también abre nuevas vías para la exportación. A medida que esta población aumenta, se observa una inclinación hacia productos de mayor valor agregado, como los alimentos premium y orgánicos. Esta tendencia representa una oportunidad significativa para los productores argentinos, quienes pueden posicionarse en este mercado ofreciendo lentejas de alta calidad y productos derivados, como harina de lentejas, con las certificaciones necesarias. La combinación de una demanda constante y un segmento de mercado en expansión hacia productos de mayor valor subraya el potencial que tiene Argentina para consolidarse en el mercado de consumo indio.

5.2.3 POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL

El mercado indio de lentejas está fuertemente concentrado en un grupo selecto de países. En 2024, Canadá se erigió como el principal proveedor, acaparando cerca del 40 % de las importaciones, seguido por Myanmar con un 28 % y Australia con el 17,5 %. En este escenario, Argentina presenta una participación marginal, con menos del 1 % del mercado y un volumen estimado de solo 3.719 toneladas. A pesar de esta baja cuota, es un país con ventajas competitivas que pueden impulsar su posición.

Las lentejas argentinas tienen una calidad superior y son reconocidas en el mercado como un producto premium, destacándose por su sabor, color y procesos de producción. Además, Argentina tiene la ventaja de la producción contra estación, lo que le permite abastecer a India en los momentos en que la disponibilidad interna del país asiático es baja. Finalmente, la posibilidad de diversificar su oferta con productos de valor agregado, como la harina de lentejas, abre una nueva oportunidad para entrar en segmentos de mercado más lucrativos. Estas cualidades le dan a Argentina un potencial de crecimiento significativo en el mercado indio, más allá de la competencia actual.

5.2.4 TENDENCIAS Y NICHOS DE MERCADO

El consumidor indio está experimentando cambios estratégicos que abren nuevas oportunidades de mercado, especialmente en lo que respecta a la demanda de productos procesados y saludables. Se observa un notable aumento en el consumo de alimentos como harinas, snacks ricos en proteínas y productos funcionales. Además, el segmento de alimentos orgánicos está en pleno crecimiento, lo que permite a países como Argentina posicionarse en este mercado ofreciendo productos certificados de alta calidad.

En cuanto a los canales de distribución, el panorama es variado y segmentado. Los mayoristas importadores desempeñan un papel crucial al abastecer a supermercados y tiendas minoristas, mientras que los supermercados y cadenas premium están ganando terreno en las áreas urbanas, donde se encuentra un público con mayor poder adquisitivo. Sin embargo, las tiendas tradicionales

siguen dominando en las zonas rurales, que concentran cerca del 65 % de los consumidores. Esta diversificación de canales de distribución presenta una oportunidad clave para Argentina, que podría posicionar su harina de lentejas en los segmentos urbanos, apuntando a consumidores jóvenes, vegetarianos y de ingresos medios-altos, aprovechando así las nuevas tendencias de consumo.

5.2.5 BARRERAS Y REQUISITOS DE ACCESO

Para que Argentina pueda explotar plenamente el potencial del mercado indio, es indispensable que se cumplan rigurosamente los requisitos regulatorios y logísticos. Actualmente, una oportunidad clave se presenta con las barreras arancelarias, ya que India ha reducido temporalmente los aranceles a las importaciones de legumbres para controlar los precios internos. Esta medida favorece el ingreso de productos argentinos en el corto plazo.

Sin embargo, las normativas sanitarias son un factor crítico a considerar. Las exportaciones deben contar con las certificaciones necesarias, tanto de la FSSAI en India como del SENASA en Argentina. Además, el etiquetado de los productos debe ser específico para cumplir con los estándares del mercado indio. Finalmente, la diversidad normativa interna representa un desafío importante, ya que cada estado en India posee regulaciones diferentes. Por ello, establecer alianzas estratégicas con importadores locales es fundamental para navegar con éxito este complejo marco legal y asegurar una distribución eficiente en todo el país.

5.2.6 OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA ARGENTINA

El análisis del mercado indio revela que Argentina tiene el potencial para aumentar significativamente su presencia a través de tres ejes estratégicos bien definidos. El primero, y uno de los más importantes, es la diversificación de productos. Si bien es fundamental continuar exportando las lentejas pardinas que ya tienen un nicho en el mercado, Argentina debe comenzar a adaptar parte de su producción hacia las variedades rojas y amarillas, que son las más demandadas. Además, existe una oportunidad en el creciente segmento de alimentos saludables y funcionales, donde la harina de lentejas procesada puede posicionarse como un producto de alto valor agregado.

El segundo eje se enfoca en el posicionamiento premium. Las lentejas argentinas ya gozan de una reputación favorable por su calidad, y es crucial capitalizar esta percepción. Para ello, es indispensable obtener certificaciones de calidad y sostenibilidad que sirvan como un factor diferenciador frente a competidores como Myanmar y Canadá.

Finalmente, el tercer eje estratégico consiste en la creación de alianzas con importadores y distribuidores clave en la India. Colaborar con empresas líderes como Aggarwal Impex, Yupaa Fresh y Bloom Impex permitirá a los productos argentinos ganar una mayor penetración en canales de distribución importantes, como supermercados y tiendas minoristas, asegurando así un acceso más amplio al mercado indio.

6. EXPORTACIONES Y ANTECEDENTES DE LA HARINA DE LENTEJA

6.1 PRINCIPALES EXPORTADORES DEL PRODUCTO

Según datos de TradeMap analizados por la Fundación ProSalta, Canadá lideró las exportaciones globales de harina de legumbres en 2018 con US\$ 21.7 millones, representando el 32 % del mercado internacional. India ocupó el segundo lugar con US\$ 15.2 millones, destacándose por precios más altos por tonelada que Canadá. Francia completó el podio con US\$ 9.8 millones, mientras Estados Unidos y Emiratos Árabes Unidos mostraron volúmenes significativos pero menores valores, sugiriendo estrategias de precios competitivos.

Canadá consolida su posición gracias a su capacidad productiva de más de 1 millón de toneladas anuales, con envíos clave a India, Turquía y Bangladesh. Su modelo combina tecnología agrícola y acuerdos comerciales preferenciales. India, aunque principal importador global, exporta variedades premium como la lenteja Masoor a mercados de Medio Oriente y Europa, aprovechando su cadena de valor integrada desde el cultivo hasta el procesamiento industrial.

Australia emerge como actor relevante con un crecimiento del 24 % en valor entre 2017-2018, especializándose en harinas orgánicas certificadas para mercados europeos y norteamericanos. Su éxito radica en inversiones para mejorar rendimientos y sostenibilidad. Francia, por su parte, domina el segmento de harinas funcionales para la industria panadera, con precios promedio de US\$ 1.450 por tonelada.

Los Emiratos Árabes Unidos registraron el mayor crecimiento volumétrico (396 %) en 2018, funcionando como redistribuidor para África y Asia Central. Sin embargo, su bajo valor por tonelada (US\$ 480) indica un enfoque en commodities básicos.

En el contexto argentino, el comercio exterior de harina de legumbres, incluyendo harina de lenteja, se concentra principalmente en mercados regionales como Chile, Brasil, Estados Unidos, Sudáfrica y Uruguay entre 2019 y 2021. En 2021, las exportaciones sufrieron una caída cercana al 35 % respecto a 2020. Según datos de Softrade para el período julio 2021-junio 2022, los principales exportadores argentinos de harinas de legumbres fueron Healthyveg S.A. (57,5 % del valor exportado con 1.873 toneladas), Sociedad Agrícola e Inmobiliaria Las Piedras Limitada (29,6 % con 1.540 toneladas), y Natural Food S.R.L. (6,4 % con 97.5 toneladas), ubicadas en Buenos Aires, General San Martín y Córdoba respectivamente.

Argentina es un exportador moderado en el mercado global de harinas de legumbres, con un crecimiento sostenido pero menor en comparación con países como Canadá, India y Francia, que lideran el mercado mundial. El país enfrenta competencia regional de Brasil y Uruguay, principales destinos de sus exportaciones. La producción nacional está concentrada en Santa Fe, que aporta el 99 % de la superficie cultivada de lentejas, aunque las exportaciones argentinas aún no alcanzan un volumen ni valor significativo a nivel global. Este escenario refleja un sector con potencial de crecimiento condicionado a mejorar la calidad, diversificación y valor agregado de sus productos para competir internacionalmente.

6.2 DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS

El intercambio comercial argentino que corresponde a harinas de lentejas, muestra un patrón de exportación relativamente concentrado geográficamente. Durante el período analizado entre 2014 y 2018, Argentina exportó principalmente a Chile, manteniendo valores que rondaron entre los US\$ 800 y US\$ 1480 por tonelada, con una correlación directa entre las toneladas exportadas y el valor total de las operaciones. Una excepción notable en este patrón fue en el año 2014, cuando Argentina logró exportar 1000 toneladas de harina de legumbres al Reino Unido, representando una diversificación temporal del mercado de destino. En contraste, las importaciones argentinas del sector son prácticamente inexistentes, registrándose únicamente una compra de 9 toneladas provenientes de China en 2018.

A pesar de que Argentina tiene capacidades para producir y procesar lentejas, actualmente la exportación de la harina de lentejas no está desarrollada y es por ello la poca experiencia del país con dicho producto.

6.3 EMPRESAS LÍDERES

En los últimos años, Argentina ha comenzado a destacarse no solo como productora de legumbres tradicionales, sino también como desarrolladora de productos con valor agregado, como la harina de lenteja. Este subproducto altamente nutritivo y sin gluten ha ganado terreno tanto en el mercado interno como externo. A continuación, se describen algunas de las principales empresas que participan activamente en la producción y exportación de este insumo.

Se identifican tres empresas que se destacan por la calidad de sus productos entre ellas La Troja S.R.L, esta empresa, con sede en Oncativo, Córdoba, se especializa en la producción y exportación de harinas de legumbres, incluyendo la harina de lenteja. Ofrecen productos plant-based con harinas de legumbres precocidas y expandidas, buscando alianzas con distribuidores de ingredientes. Ha realizado exportaciones a Chile, donde trabaja con distribuidores locales para el desarrollo de alimentos (INTI, 2021).

Otra firma relevante es Praga Alimentos una empresa ubicada en Córdoba productora, procesadora y exportadora de harina de legumbres y premezclas a base de legumbres. Por su parte, Southern Seeds Production S.A que además de exportar lentejas enteras, también está trabajando en la producción y exportación de harinas de legumbres libres de gluten. Por último, la empresa Yin Yang Argentina es una empresa familiar fundada en 1972, con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la provincia de Buenos Aires; ofrece harina de lenteja cruda, conservando las propiedades nutricionales del grano.

Existe una gran cantidad de empresas más como Cooperativa Agropecuaria Amanecer Ltda, Legustar S.A, entre otras que en la actualidad se especializan en otros tipos de harinas como alubia o poroto, pero se están preparando con vistas a comercializar la harina de lentejas en el futuro.

Este ecosistema empresarial refleja un cambio estructural en la agroindustria argentina, donde el foco no se limita a la producción primaria, sino que se orienta también a la industrialización, la

innovación alimentaria y la inserción en mercados con alta demanda de productos funcionales y libres de gluten.

6.4 PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN, NORMAS VIGENTES, LEGALIDAD EXIGIBLE Y BARRERAS A LA EXPORTACIÓN A INDIA

La cadena de las legumbres comienza con la figura del productor agrícola quien se encarga de la producción del grano. Esta etapa corresponde al eslabón primario de la cadena. En este punto se considera: la comercialización de las semillas, insumos y gastos generales para la cosecha, transporte y almacenamiento. La misma continúa con el eslabón industrial, en la que aparecen tres actores principales:

La industria seleccionadora, que clasifica a los granos en función de su calidad, peso, color, calibre y otros atributos dependiendo del tipo 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.

La industria enlatadora y/o fraccionadora, que produce el grano entero enlatado, envasado o congelado para consumo final requieren granos que deben ser frescos y de buena calidad organoléptica. En el caso de enlatados, también pueden ser secos remojados y están asociados a procesos operativos costosos. Sin embargo, estas industrias son las más rentables y estables en el tiempo.

La industria molinera, que transforma los granos secos enteros y/o partidos en harina. 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 lenteja como materia prima y los concentrados y/o aislados proteicos. Adicionalmente a estos eslabones comerciales, 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.

Otro eslabón de la cadena importante es la distribución y venta. Se distribuyen a través de diferentes canales, como comercio directo, tiendas online, y canales de comercialización en corto plazo. Es importante tener en cuenta para la exportación a India que las reglas de metrología legal en India, prohíben la comercialización de commodities pre embazados que no cumplan con los estándares de cantidad y declaraciones preestablecidas, lo que puede generar inconvenientes para fabricantes que no utilizan unidades métricas.

En India, el tamaño obligatorio del embalaje se expresa en metros, además, se exige que todos los productos tengan fecha de producción, importación y vencimiento, con una vida útil mínima del 60 % al momento de la importación.

Certificación y Registro Obligatorio: En India, los estándares comerciales son mayormente voluntarios, pero 109 productos requieren certificación obligatoria antes de su importación.

Documentos Necesarios: Para llevar a cabo actividades de exportación a India, se requiere una serie de documentos comerciales y reglamentarios. Entre los documentos necesarios se encuentran la factura comercial, conocimiento de embarque, certificados de origen y otros documentos específicos según el tipo de mercancía, tales como, Certificado de calidad: Emitido por una entidad certificadora reconocida, como IRAM o Bureau Veritas, demuestra que los productos cumplen con estándares de calidad preestablecidos, Certificado HACCP: Demuestra que la empresa exportadora implementa un sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control para garantizar la seguridad alimentaria de los productos, Certificado Global GAP: Acredita que los productos se producen bajo buenas prácticas agrícolas.

Régimen Normativo y Documentación: Las exportaciones e importaciones están reguladas por la Ley de Comercio Exterior (Desarrollo y Regulación) de 1992, con disposiciones detalladas en la Política de Comercio Exterior. Se destacan documentos como el conocimiento de embarque, factura comercial, certificados de origen y otros requeridos por autoridades reguladoras.

6.5 ANÁLISIS DE PRECIO, CALIDAD Y VOLUMEN

La exportación de harina de lentejas desde Argentina hacia India presenta una oportunidad atractiva, pero con desafíos logísticos y comerciales que deben ser considerados. En cuanto al **precio**, datos de la empresa argentina Healthyveg indican un valor FOB de USD 880 por tonelada para exportaciones a Chile en julio de 2024. Sin embargo, para destinos más lejanos como India, este valor puede incrementarse por mayores costos logísticos, normativas de ingreso y exigencias de calidad. En India, el precio de mercado para harinas similares puede oscilar entre USD 950 y 1.100 por tonelada, dependiendo de factores como el origen, el tipo de producto (orgánico o convencional) y las certificaciones sanitarias.

Respecto a la logística, el proceso exportador contempla varias etapas críticas. Inicialmente, se requiere transporte terrestre desde zonas productoras como el norte de Buenos Aires o Santa Fe hasta el Puerto de Buenos Aires, con un costo estimado de USD 5.600 más aproximadamente ARS 2.000.000, según ATL CARGO. A esto se suma el flete marítimo hasta puertos indios como Mundra o Nhava Sheva, con tiempos de tránsito de entre 35 y 45 días. También es fundamental prever seguros de carga internacional y una adecuada gestión aduanera tanto en origen como en destino, cumpliendo con los requisitos técnicos y sanitarios del mercado indio.

En relación con la **calidad**, India es un mercado exigente. Los productos deben cumplir con las normativas del Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI), incluyendo controles de humedad, ausencia de residuos tóxicos, y trazabilidad del producto. Además, se exige un etiquetado conforme a regulaciones locales, incluyendo idioma, fechas de vencimiento, contenido neto y país de

origen. Las harinas certificadas como orgánicas o libres de gluten tienen mejor aceptación y permiten acceder a segmentos de mayor valor.

Finalmente, en cuanto a los **volúmenes**, Argentina tiene una capacidad productiva relevante en legumbres, pero la industrialización específica en harina de lentejas aún es limitada. Esto condiciona los volúmenes exportables a gran escala. Sin embargo, el país cuenta con condiciones agroecológicas favorables, tecnología en expansión y experiencia exportadora en otros productos del complejo leguminoso. A mediano plazo, la articulación entre productores, procesadores e instituciones públicas puede ampliar la capacidad de respuesta ante una demanda creciente como la del mercado indio.

En conclusión, Argentina posee ventajas competitivas para posicionarse como proveedor confiable de harina de lentejas, siempre que logre sortear las barreras logísticas, garantizar calidad y escalar volúmenes productivos.

6.6 COSTOS LOGÍSTICOS Y DE DISTRIBUCIÓN EN LA EXPORTACIÓN DE LA LENTEJA

Los costos de logística son todos los relacionados con la logística de la empresa, incluyendo los costos desprendibles de almacenamiento, costos de stock, costos de transporte y los de procesamiento de mercancía o trámites en los que incurren la documentación necesaria. Para exportar el producto, estos costos pueden variar dependiendo de algunos factores como el destino, el volumen de la carga, el tipo de transporte y otros. En Argentina, por ejemplo, existen herramientas y financiamiento para exportar con mayor facilidad y menos costo. Desde el punto de vista económico, es una alternativa válida y rentable. Existiendo en el mercado interno una demanda insatisfecha subsanada por las importaciones, sería ventajoso reemplazarlas por producciones nacionales, especialmente en las regiones más postergadas.

Cabe destacar que las lentejas tienen un consumo de agua más bajo que otros cultivos de invierno, estas insumen entre 100 y 150 milímetros menos y permiten una mejor conservación del nitrógeno en el suelo con relación a los cultivos de trigo, cebada o avena. Incluidas en el esquema de rotación, además, mejoran la productividad de los cultivos de verano.

El producto tiene varias formas de comercializarse y es por ello que pueden variar los costos logísticos y de distribución. Para la cosecha emplean dos métodos de recolección, el manual y el mecanizado. La cosecha mecanizada es la más empleada por su rapidez y limpieza. El manipuleo del grano se realiza a granel y no presenta problemas de almacenaje, siempre que se coseche el grano bien seco. De no comercializar el grano en forma inmediata, debe ser embolsado previa limpieza y clasificación. Los procesos industriales que sufre la lenteja pueden clasificarse en primarios y secundarios; entre los primarios está el fraccionamiento en bolsas de polietileno de 500 y 1000 gramos; los secundarios incluyen el enlatado que en un 70 % corresponden a las lentejas remojadas y envasadas en botes de 350-380 gramos. En la actualidad, el costo de los fletes marítimos para la exportación se ha incrementado, alcanzando aproximadamente 1.500 USD por contenedor de 40 HC. Esto representa una desventaja competitiva, ya que la ubicación geográfica distante de los mercados

de destino, en comparación con países competidores que manejan costos de flete más bajos, encarece el proceso logístico. Las restricciones a las importaciones tienen como efecto que arriben contenedores vacíos encareciendo el costo de la exportación. Resultaría de interés avanzar en negociaciones con los países importadores para lograr embarcar lentejas para consumo humano en bodega de buque en vez de utilizar exclusivamente el contenedor ya que la diferencia es sustancial.

7. CONCLUSIONES DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA

7.1 INFORMACIÓN RECOPIADA

En un mundo donde la demanda por productos saludables y sostenibles está creciendo, comprender las ventajas y desventajas de exportar el producto es un punto importante a tener en cuenta. Las harinas sin gluten en India son un producto que se consumen con frecuencia en sus platos típicos. La alta demanda de este producto se ha visto impulsada por la creciente concienciación de los consumidores sobre la salud. Las ventas de harina están aumentando porque en las zonas urbanas con ritmo de vida elevado la población busca alimentos saludables listos para comer.

Por otra parte, desde el punto de vista económico exportar un producto con valor agregado puede ayudar a diversificar la base económica y reducir la dependencia de un solo sector, lo que hace que la economía sea más resiliente ante cambios en las condiciones del mercado. Los productos elaborados suelen tener una demanda más constante en comparación con las materias primas, que pueden experimentar fluctuaciones drásticas en los precios debido a factores como la oferta y la demanda globales, condiciones climáticas, entre otros factores. Esto puede ayudar a mantener ingresos más estables a lo largo del tiempo. Sin embargo, al examinar los diversos factores económicos involucrados, se hace evidente que esta estrategia podría no ser la más viable.

En primer lugar, es fundamental considerar los costos de producción en Argentina. La producción implica gastos significativos en insumos como semillas, fertilizantes y pesticidas, además de los costos laborales. Según datos del Ministerio de Agricultura, el costo promedio de producción por hectárea varía considerablemente dependiendo de la región y las prácticas agrícolas utilizadas. La producción en Argentina es limitada y no logra ni siquiera abastecer completamente el mercado interno, esto hace que la disponibilidad de materia prima para industrializar y exportar en forma de harina sea reducida. El rendimiento promedio de las lentejas en Argentina es de aproximadamente 1.200 kg por hectárea, lo que significa que para obtener una tonelada de harina se requiere procesar alrededor de 1.5 toneladas de lentejas secas, teniendo en cuenta la merma durante el procesamiento. Este proceso no solo incrementa los costos operativos, sino que también limita la capacidad de los productores para competir en mercados internacionales. Se debe recordar que los procesos de transformación de lentejas en harina implican tecnología, energía, mano de obra especializada y logística, lo cual aumenta el costo final del producto. A escala internacional compite con países que ya tienen cadenas de valor consolidadas.

El consumo interno en Argentina es bajo, esta situación limita el mercado local y puede hacer que los productores dependan más del mercado internacional para justificar sus costos. Sin embargo, al considerar la exportación a India, surgen nuevos desafíos.

Los costos de exportación constituyen un factor crucial a considerar al evaluar la viabilidad comercial de nuevos mercados. Exportar harina desde Argentina hacia India implica afrontar gastos logísticos y de transporte significativamente más elevados que en otros destinos de la región. Un ejemplo de esta diferencia lo representa la empresa argentina Healtyveg, que actualmente exporta harina únicamente a Chile, debido a los bajos costos de exportación asociados a ese destino. Según

información correspondiente a julio de 2024, esta firma comercializa la tonelada de harina a un precio FOB de 880 dólares estadounidenses.

Por otra parte, durante una entrevista realizada en mayo de 2025, Alberto Ramos, trabajador de la empresa ATL CARGO, brindó detalles sobre la estructura de costos asociada a las exportaciones marítimas desde el Puerto de Buenos Aires hacia India. Según Ramos (2025) “el análisis de la estructura de costos revela un proceso complejo que involucra múltiples etapas y actores logísticos. El costo total estimado asciende a aproximadamente 7.100 dólares estadounidenses, considerando todos los componentes del proceso, incluido el transporte terrestre nacional.”

Este valor se desglosa de la siguiente manera: 1.500 dólares por el traslado terrestre hasta el puerto de origen, 1.150 dólares en concepto de gastos locales y portuarios en Argentina, 4.100 dólares correspondientes al flete marítimo hasta el puerto de Nhava Sheva en India, y 350 dólares en gastos portuarios en destino. En relación con este desglose, Ramos (2025) enfatizó que “la estructura de costos refleja la realidad del comercio internacional entre Argentina e India, donde el transporte marítimo representa el componente más significativo del total, seguido por los gastos operativos en el país exportador”.

Por lo tanto, al comparar estos valores con los de otros destinos regionales, se evidencia una notable diferencia que puede impactar directamente en la competitividad del producto argentino en el mercado indio.

Los costos portuarios y el flete marítimo pueden elevar considerablemente el precio final del producto. Existen impuestos que afectan los costos operativos, como los relacionados con el comercio exterior y las fluctuaciones del tipo de cambio. Esta inestabilidad cambiaria puede erosionar aún más el margen de beneficio para los exportadores argentinos.

Al analizar el mercado indio, es evidente que el precio promedio para la harina puede ser mucho más bajo que los costos totales incurridos por los exportadores argentinos. India es uno de los principales productores mundiales de lentejas, lo que genera una oferta abundante y precios competitivos. A pesar del creciente interés por productos saludables como la harina, la competencia local es feroz; la producción interna satisface gran parte del consumo, limitando así las oportunidades para los exportadores argentinos.

Por otra parte, las preferencias culturales juegan un papel importante en este contexto. La dieta india está profundamente influenciada por tradiciones que hacen que ciertos productos tengan mayor aceptación que otros. Como ya se mencionó, las lentejas son consumidas principalmente en su forma entera o como dal, lo que podría limitar la demanda específica por harina o en caso contrario que la demanda por lenteja entera sea cubierta por industrias locales.

La calidad de la infraestructura logística en Argentina y en el trayecto hacia India puede afectar significativamente los costos; un transporte ineficiente puede aumentar los gastos generales y hacer que el precio final no sea competitivo. Asimismo, la harina tiene una vida útil limitada; por lo tanto, los costos asociados al almacenamiento durante el transporte y en el mercado indio deben ser considerados cuidadosamente.

7.2 VIABILIDAD DE UN PROYECTO DE INSERCIÓN

Luego de realizar un análisis económico global, se observa que la creciente demanda mundial por proteínas vegetales y productos sin gluten puede ofrecer oportunidades en otros mercados más receptivos a los mismos.

Desde el punto de vista nutricional y funcional, la harina de lentejas posee características altamente valoradas; rica en proteína, fibra, hierro y no contiene gluten, lo que la hace atractiva para consumidores que buscan alternativas saludables o vegetarianas. En este contexto India aparece como un mercado objetivo interesante. Sin embargo, la viabilidad actual del proyecto enfrenta diversas limitaciones. En primer lugar, Argentina tiene con una producción limitada de lentejas, los costos de transformación industrial sumados a los costos logísticos derivados de la distancia geográfica con el mercado indio, generan un precio final poco competitivo.

En conclusión, dada la combinación de altos costos de producción y exportación en Argentina junto con un mercado indio competitivo, que, aunque no logren abastecerse con su propia producción y la demanda de lentejas sea alta, en la actualidad no es rentable exportar el producto al mercado indio. Otro punto que se conoce es que Argentina tiene potencial como productor agrícola, pero las condiciones económicas que el país está atravesando hacen que esta opción no sea viable económicamente por el momento

Desde un punto de vista estratégico, un proyecto de inserción podría ser rentable a mediano largo plazo, siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones mínimas como ser, aumento de la producción, promociones comerciales en ferias internacionales, avances en acuerdos bilaterales que reduzcan barreras arancelarias y técnicas, desarrollo de capacidades instaladas, entre otras.

7.3 PROPUESTA DE NEGOCIO

La propuesta consiste en desarrollar una operación comercial de exportación de harina de lentejas desde el norte de Argentina hacia el mercado indio. Esta iniciativa se sustenta en las ventajas comparativas que presenta Argentina en la producción de legumbres, especialmente en zonas como Salta, Tucumán y Santiago del Estero, que cuentan con suelos fértiles y experiencia agrícola consolidada.

El mercado indio, por su parte, representa una gran oportunidad debido al consumo y utilización de harina de lentejas en la preparación de diversos platos tradicionales en India, lo que garantiza una demanda constante y diversificada.

Desde el punto de vista comercial, Argentina mantiene relaciones bilaterales con India que favorecen el intercambio, y no existen grandes barreras arancelarias para este tipo de productos. Además, el costo de producción local es competitivo a nivel internacional, lo que permite ofrecer precios atractivos en destino, incluso considerando los gastos logísticos internacionales.

La propuesta incluye el abastecimiento de materia prima local, su procesamiento en plantas regionales habilitadas, el acondicionamiento bajo normas de calidad exigidas por el mercado indio y la exportación mediante flete marítimo a puertos como Nhava Sheva o Mundra. Se sugiere establecer

alianzas estratégicas con importadores indios y distribuidores especializados en productos saludables y alimentos étnicos. Otro elemento de solución es aprovechar los organismos que hoy en día tiene Argentina, como el INTA quien es dinamizador de competitividad en la producción primaria, también existen modelos de desarrollo competitivo como el "Modelo Clúster", similar a Clúster del Maní, existen universidades especializadas que pueden colaborar con la estandarización de semillas y productos, se podrían implementar incentivos a inversiones en plantas de industrialización eficientes y con escala necesaria, así como mejoras en la infraestructura asociadas al desarrollo regional y productivo.

Este modelo de negocio no solo promueve la inserción de un producto nacional con valor agregado en un mercado estratégico, sino que también genera impacto positivo en la economía regional argentina, fomentando la industrialización local, el empleo y la diversificación exportadora.

7.3.1 DESAFÍOS EN EL MERCADO INDIO

La exportación de harina de lentejas a India presenta desafíos significativos para la industria argentina. Uno de los principales obstáculos es la naturaleza cambiante de las políticas comerciales indias, que suelen aplicar restricciones y establecer normativas estrictas sobre certificaciones, etiquetado y requisitos de inocuidad para proteger su producción local. Esta situación genera un entorno incierto para la planificación a largo plazo de los exportadores argentinos.

A esto se suma la intensa competencia internacional, especialmente de países como Canadá y Australia, que cuentan con una industria harinera más desarrollada y relaciones comerciales consolidadas con India. Al mismo tiempo, India fomenta la autosuficiencia alimentaria y prioriza a sus propios productores mediante regulaciones y programas de impulso al sector interno, lo que dificulta el ingreso de productos extranjeros.

La volatilidad del mercado indio también representa una dificultad, ya que la demanda y los precios pueden variar abruptamente debido a factores climáticos, decisiones gubernamentales o cambios en la producción interna. Además, los elevados costos logísticos y la distancia geográfica disminuyen la competitividad de la harina argentina respecto a otros proveedores más cercanos.

A pesar de estos desafíos, existen oportunidades para la harina de lentejas argentina en segmentos específicos del mercado indio, como productos diferenciados, sin gluten o con certificaciones orgánicas y halal. Para tener éxito, es fundamental que Argentina refuerce su industrialización, se adapte a las exigencias regulatorias indias y desarrolle estrategias flexibles y alianzas con socios locales, permitiendo aprovechar nichos de mercado y responder eficazmente a un entorno tan dinámico y competitivo.

7.3.2 RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

A partir del análisis realizado, se identifican diversas líneas de acción que permitirían a Argentina fortalecer su posición en el mercado indio y aprovechar de manera más eficiente las oportunidades detectadas. Para lograrlo, resulta fundamental diseñar una estrategia integral que

contemple tanto la diversificación de la oferta exportable como la consolidación de alianzas comerciales y la incorporación de productos de mayor valor agregado, como la harina de lentejas procesada.

En primer lugar, es necesario adaptar la producción nacional a las preferencias del consumidor indio, priorizando el desarrollo de variedades que concentran la mayor demanda en este mercado, especialmente las lentejas rojas y amarillas. Si bien la producción de lentejas pardinas, tradicionalmente exportadas por Argentina, debe mantenerse, resulta estratégico ampliar la oferta hacia las variedades más consumidas, ya que estas representan cerca del 65 % de las importaciones totales de India. De este modo, se lograría un mejor posicionamiento frente a los principales competidores internacionales y se incrementaría la participación argentina en un mercado que, actualmente, concentra un volumen de importaciones cercano a los 1.5 millones de toneladas anuales.

Por su parte, la creciente tendencia de los consumidores indios hacia productos saludables, orgánicos y de alta calidad abre un espacio importante para la harina de lentejas como producto diferenciado. La industrialización del grano permite agregar valor, ampliar los márgenes de rentabilidad y competir en segmentos premium que priorizan los alimentos funcionales y procesados. La producción de harinas certificadas, libres de gluten y con características nutricionales destacadas, puede posicionar a Argentina como un proveedor confiable y de referencia para un público cada vez más exigente.

Asimismo, resulta esencial establecer alianzas estratégicas con los principales importadores, distribuidores y cadenas de supermercados en India. El mercado indio se caracteriza por su complejidad logística y regulatoria, debido a la diversidad de normativas estatales y los múltiples canales de comercialización. Por ello, trabajar en conjunto con socios locales es clave para asegurar la inserción efectiva del producto en los principales puntos de venta y para superar las barreras relacionadas con la distribución interna. Al mismo tiempo, fortalecer la relación institucional entre ambos países a través de acuerdos comerciales bilaterales y la participación en ferias internacionales puede contribuir a consolidar la presencia argentina en el mercado.

Finalmente, es recomendable que las empresas argentinas fortalezcan sus estándares de calidad, inocuidad y sostenibilidad, incorporando certificaciones internacionales que les permitan diferenciarse de competidores como Canadá, Australia y Myanmar. Este enfoque no solo eleva la competitividad, sino que también se alinea con las tendencias globales hacia un consumo más responsable y consciente, generando un impacto positivo tanto en la aceptación de los productos como en la construcción de una imagen sólida de Argentina como proveedor confiable.

En síntesis, para que Argentina pueda aprovechar de manera efectiva el potencial que ofrece el mercado indio, es necesario implementar una estrategia coordinada que integre innovación productiva, diversificación de la oferta, posicionamiento premium, alianzas comerciales y una mayor presencia institucional. Solo mediante una planificación clara y sostenida será posible transformar las oportunidades identificadas en un crecimiento real de las exportaciones, contribuyendo al desarrollo del sector agroindustrial y fortaleciendo la competitividad del país en uno de los mercados más dinámicos del mundo.

En términos operativos, la secuencia de entrada por canales resulta decisiva. Con importadores mayoristas, la prioridad es homologar la mercadería (cumplimiento FSSAI y SENASA; etiquetado en

inglés y, cuando aplique, en hindi), estandarizar calidades y asegurar regularidad de abastecimiento, negociando contratos FOB/CIF y volúmenes mínimos por contenedor a Nhava Sheva o Mundra. En el retail moderno, la inserción requiere muestras validadas, acuerdos de marca propia o private label y acciones promocionales coordinadas (planograma, degustaciones, márgenes y rotación). Para el canal HORECA e industria alimentaria, la palanca es el valor agregado: harina de lentejas con especificaciones funcionales (granulometría, perfil proteico, libre de gluten) y certificaciones que faciliten su adopción en formulaciones saludables, garantizando trazabilidad, lotes consistentes y servicio técnico posventa. Estos lineamientos, coherentes con lo relevado en las entrevistas, permiten minimizar la rivalidad por precio, mejorar el poder de negociación y acelerar el aprendizaje operativo para una inserción sostenible en el mercado indio.

8 CONCLUSIÓN

El presente trabajo permitió analizar en profundidad el potencial de India como nuevo destino comercial para la exportación de harina de lentejas producida en Argentina. A lo largo del desarrollo se evidenció que, existen obstáculos como también hay una serie de oportunidades que posicionan a este país asiático como un mercado estratégico para el crecimiento de las exportaciones agroindustriales argentinas.

India combina tres factores fundamentales que justifican esta proyección: un consumo elevado y sostenido de legumbres, una población mayoritariamente vegetariana con alta valoración de los productos saludables y una producción interna insuficiente para abastecer su propia demanda. En este sentido, la harina de lentejas representa un alimento de gran valor cultural y nutricional para la dieta india, con múltiples aplicaciones culinarias y con un segmento premium dispuesto a pagar precios diferenciados por productos de calidad, libres de gluten, orgánicos o con certificaciones internacionales.

Desde el punto de vista de la oferta, Argentina cuenta con condiciones agroecológicas favorables, volúmenes de exportaciones considerables en el área agroindustrial, experiencia exportadora en legumbres, alta calidad de producto, capacidad técnica instalada en muchas regiones del país y un creciente interés por agregar valor a su producción primaria. Sin embargo, se identifican desafíos importantes que deben ser abordados como mejorar la infraestructura logística para reducir los costos de exportación, lograr mayor estandarización y certificación del producto según normativas internacionales, aumentar los volúmenes de procesamiento industrial (especialmente en harina), y fortalecer las relaciones institucionales y comerciales con actores indios clave, incluyendo importadores, distribuidores y autoridades sanitarias.

Este trabajo también revela que el comercio internacional no depende exclusivamente de ventajas naturales o productivas, sino también de la capacidad estratégica para articular actores públicos y privados, adaptar productos a los requisitos de destino, y posicionar una marca país basada en calidad, confianza y cumplimiento. La inserción de harina de lentejas en India no puede plantearse como una acción comercial aislada, sino como parte de un proyecto más amplio que implique innovación, inversión, planificación y visión de largo plazo.

Se concluye que la exportación de harina de lentejas a India es una posibilidad concreta pero condicionada, que requiere una decisión estratégica y el compromiso de todos los actores de la cadena.

Es por ello que actualmente el proyecto no cuenta con una viabilidad exitosa, si bien se mencionan oportunidades en el mercado indio, los costos de producción y transformación en Argentina generan un precio final muy poco competitivo frente a otros países proveedores, principalmente aquellos más cercanos geográficamente. Esta distancia suma desventaja ya que también incrementa los costos de transporte y reduce la posibilidad de inserción en condiciones favorables. En paralelo se observó que Argentina muestra mayores oportunidades en otras legumbres con mejor rendimiento y aceptación lo que deriva a volcar los esfuerzos hacia alternativas más rentables y sostenibles.

En este sentido, el proyecto de exportar harina de lentejas a India, aunque conceptualmente es atractivo por el potencial del mercado, evidencia limitaciones económicas, comerciales y geográficas que dificultan su implementación.

Si Argentina logra consolidar un esquema exportador con valor agregado, no solo mejorará su competitividad internacional, sino que también podrá contribuir al desarrollo económico de las economías regionales, generar empleo, diversificar su matriz exportadora y fortalecer su presencia en uno de los mercados más dinámicos del siglo XXI.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Agroindustria - Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (s.f.). Legumbres secas. Asociación de Cooperativas Argentinas. (s.f.). *Sitio web de la ACA*. Recuperado de Argencrops. (s.f.). Argencrops: la exportadora de legumbres jujeña con más de una década en el comercio exterior. Recuperado de Argentina.gob.ar. (s.f.). Cadena de valor legumbres. Recuperado de Banco Mundial. (2024). Indicadores de comercio: complementariedad comercial Argentina–India. <https://datos.bancomundial.org/>
- Bolsa de Cereales de Buenos Aires. (s.f.). *Sitio web oficial*. Recuperado de <http://www.bolsadecereales.com>
- Bolsa de Comercio de Córdoba. (s.f.). [Informe sobre el sector de legumbres]. Recuperado de <https://bolsacba.com.ar/buscador/?p=1962>
- Bolsa de Comercio de Rosario. (s.f.). Sobre desarrollo económico. Recuperado de <https://www.bcr.com.ar/es/desarrollo-economico/sobre-desarrollo-economico>
- Cámara de Legumbres de la República Argentina. (s.f.). *Sitio web de CLERA*. Recuperado de <http://clera.com.ar>
- Canal C Córdoba. (2020). Más pymes de Córdoba exportan su producción. Recuperado de <https://canalc.com.ar/mas-pymes-de-cordoba-exportan-su-produccion/>
- Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2016). *Marketing internacional* (16.ª ed.). McGraw-Hill.
- Centro de Comercio Internacional. (s.f.). Comercio bilateral de legumbres - Trade Map. Recuperado de <https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c699%7c%7c032%7c%7c0708%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>
- Confederaciones Rurales Argentinas. (s.f.). *Sitio web oficial*. Recuperado de <http://www.cra.org.ar>
- El poder del consumidor. (2016, abril). El poder de la lenteja. Recuperado de <https://elpoderdelconsumidor.org/2016/04/el-poder-de-la-lenteja/>
- Exportadores de Córdoba. (s.f.). Listado de empresas exportadoras por rubro: Agroindustria. Recuperado de <https://www.exportadoresdecordoba.com/listado.asp?idcal=111>
- Federación Argentina de la Industria Molinera. (s.f.). *Sitio web oficial*. Recuperado de <http://www.faim.org.ar>
- Federación Trabajadores de la Industria de la Alimentación (FTIA). (s.f.). *Sitio web de FTIA*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de Argentina. (s.f.). *Sitio web oficial*. Recuperado de <http://www.indec.gob.ar>
- Fundación Española de la Nutrición. (s.f.). Lentejas. Recuperado de <https://fen.org.es/MercadoAlimentosFEN/pdfs/lentejas.pdf>
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). (s.f.). *Sitio web oficial*. Recuperado de <http://www.inta.gob.ar>

- García Aquino, Y., Canul Ku, O. A., Segura Campos, M. R., Chel Guerrero, L. A., & Betancur Ancona, D. (2023).
 Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). (s.f.). *INTA Argentina*. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/inta>
- Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIA). (s.f.). *La producción de lentejas: aspectos técnicos y perspectivas*. Recuperado de <https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/42057/NR09960.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2021). La Troja S.R.L.: El desafío de expandir una empresa alimentaria a mercados internacionales. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/inti/pymes-exportan/alimentos-y-bebidas/edicion-10-marzo-2021/la-troja-srl-el-desafio-de-expandir>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Explorando la estrategia corporativa* (8.ª ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principios de marketing* (17.ª ed.). Pearson.
- Lambin, J.-J. (2015). *Marketing estratégico* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
- La Nación. (2024). Un alimento supernutritivo con poco consumo en el mercado interno. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/comercio-exterior/un-alimento-supernutritivo-con-poco-consumo-en-el-mercado-interno-nid20062024/>
- Legumbres Luengo. (s.f.).
 Tiempo de cocción y remojo de las legumbres.
- Malhotra, N. K. (2019). *Investigación de mercados* (7.ª ed.). Pearson.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
 Recuperado de <https://legumbresluengo.com/tiempo-de-coccion-y-remojode-las-legumbres/>
- Ministerio de Agricultura de Argentina. (s.f.). Sitio web institucional. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/agricultura>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (2023). Informe legumbres enero 2023. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe-legumbres-enero-2023-02.pdf>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina. (2021). Producción de legumbres en Argentina [Informe]. Recuperado de
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina. (s.f.). Sitio web institucional. Recuperado de <http://www.agricultura.gob.ar>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (2021). DT 22: Economías regionales 4 - Legumbres y té. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/dt_22_-_economias_regionales_4_-_legumbres_y_te.pdf

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). Noticias del exterior: Las legumbres en Argentina: un potencial nutritivo y económico. Recuperado de

https://www.mapa.gob.es/images/fr/bne46615argentinaagp-al-cimexp_tcm36-559485.pdf

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (s.f.). Guía de exportadores de legumbres. Recuperado de

https://www.minagri.gov.ar/sitio/areas/ss_mercados_agropecuarios/datos_utiles/archivos/000009_Guía%20de%20Exportadores.php

Nassetta, G., Ratto, A., & Carrera, A. (s.f.). *La lenteja en Argentina: Tecnología de producción y posibilidades de manejo*. Recuperado de

https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/contenido/revista/ediciones/49/productos/r49_10_Lentejas.pdf

National Recreation and Park Association. (2017, enero).

Boletín de Alimentos.

Recuperado de <https://www.nrpa.org/contentassets/0ab587c944ca4433bcb3dc51a0aa8ef7/january-newsletter-walmart-legumes-spanish.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (s.f.). Sitio web oficial. Recuperado de <http://www.fao.org>

Ratto, A. (s.f.). Producción de legumbres. Recuperado de

<https://www.unsada.edu.ar/images/pdf/PROYECTO-INSTITUCIONAL.pdf>

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/magyp_informe_legumbres_julio_2021.pdf

Revista Agroeducación. (s.f.). Revista dedicada a la educación agrícola. Recuperado de

<http://www.agroeducacion.com.ar>

Propiedades nutrimentales y funcionales de lenteja (*Lens culinaris*), haba (*Faba vicia L.*) y garbanzo (*Cicer arietinum*) como alternativa en la alimentación animal.

Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/372362513_Propiedades_nutrimentales_y_funcionales_de_lenteja_Lens_culinaris_haba_Faba_vicia_L_y_garbanzo_Cicer_arietinum_como_alternativa_en_la_alimentacion_animal

Revista Agromensajes. (s.f.). Revista especializada en el sector agropecuario. Recuperado de

<http://www.agromensajes.com.ar>

Revista Cosecha. (s.f.). Revista agrícola especializada. Recuperado de

<http://www.revistacosecha.com.ar>

Trade Map. (2022). Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2022

(Hortalizas de vaina secas desvainadas, incl. "silvestres", aunque estén mondadas o partidas).

Recuperado de

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0713%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Universidad Nacional de Tucumán, Facultad de Agronomía y Zootecnia. (s.f.). Sitio web institucional.

Recuperado de <http://www.agro.unt.edu.ar>

Vidueiros, S. M., & Mariotti Cassina, L. (2016).

Aspectos de las legumbres nutricionales y beneficiosos para la salud humana. *Arbor*, 192(783), a2117.

Recuperado de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2117/2774>