

EXPORTACIÓN DE GARBANZO

GRUPO LEDESMA

DESTEFANIS AUGUSTO
LIC. COMERCIO INTERNACIONAL
AGUDEST12@GMAIL.COM

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2025

¿Cómo integrar el garbanzo al portafolio exportador de Ledesma?

Este trabajo analiza la posibilidad de que Ledesma, reconocida por sus productos tradicionales como azúcar y papel, incursione en la producción y exportación de garbanzo, un cultivo en crecimiento a nivel mundial.

Objetivo/s

. Diseñar un plan estratégico de exportación de garbanzo para Ledesma, proyectado para el año 2025. A partir del análisis de su capacidad productiva, del contexto nacional e internacional, y de la identificación de un mercado accesible, se busca evaluar su viabilidad como nuevo actor exportador.

. Específicos:

1. Evaluar la capacidad productiva de Ledesma para el cultivo de garbanzo.
2. Identificar el mercado destino más óptimo.
3. Describir el proceso exportador y estructura de costos.



Discusión

Este proyecto plantea una oportunidad concreta de expansión para Ledesma, una de las empresas agroindustriales más sólidas de Argentina. Con una trayectoria destacada en papel, azúcar y cítricos, la incorporación del garbanzo responde a una estrategia de diversificación inteligente, orientada a mercados dinámicos y en crecimiento. Aprovechando su infraestructura, experiencia exportadora y tierras en zonas clave del NOA, Ledesma puede posicionarse como nuevo actor regional en el mercado de legumbres, ampliando su presencia internacional con un producto competitivo y de alta demanda.

Principales resultados

Ledesma podría producir hasta 1.200 toneladas anuales de garbanzo cultivando 800 hectáreas propias. Se propuso como destino inicial a Brasil, por su cercanía, acuerdos del Mercosur y alta demanda del producto. El análisis demuestra que el proyecto es viable, rentable y alineado con una estrategia de crecimiento sostenible. Además, consolida la imagen de Ledesma como una empresa versátil, innovadora y preparada para conquistar nuevos mercados internacionales.



Fuente: (Softrade, 2024).

Método: (Análisis interno FODA, análisis externo PESTEL).

Marco teórico: (Teoría de la ventaja competitiva, teoría de la internacionalización gradual, teoría de la diversificación de mercados)

Referencias bibliográficas

- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for Diversification. Harvard Business Review. / Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management.
- FAO. (2023). Statistical Yearbook – World Food and Agriculture. <https://www.fao.org/statistics> / Ministerio de Economía, Agricultura y Pesca (2024). Informe mensual de mercados agroalimentarios.
- Porter, M. Santander Trade. (2024). Perfil económico y comercial de Argentina. / Softrade, (2024).