



Mónica Liendo

Adriana Martínez

Instituto de Investigaciones Económicas de la Escuela de Economía FCEyE UNR

SECTOR LÁCTEO. INDUSTRIA DEL HELADO. UN ANÁLISIS DEL SECTOR

1. INTRODUCCION

En la actualidad el sector de producción de helados se encuentra en un período expansivo, fundamentalmente en el segmento de los helados industriales, habiéndose superado ya los efectos adversos que experimentaron las empresas a fines de la década de los '90.

La industria del helado se caracteriza por participar de un mercado altamente competitivo donde coexisten tanto empresas locales como nacionales e internacionales.

Esta situación ha obligado a las firmas a diversificar su producción y diferenciarse mediante la utilización de diversas estrategias tales como, añadir cada vez más valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar los servicios que brindan en sus bocas de venta.

El presente trabajo tiene por objetivo llevar adelante un análisis del sector de producción de helados, partiendo de sus orígenes, reflejando su evolución histórica y destacando algunos aspectos del sector que definen el perfil que el mismo ha ido tomando en los últimos años. En este marco, se analiza el sector tanto a nivel internacional, a partir de información acerca de producción y consumo, como a nivel nacional y local a partir de las principales empresas que operan en el mercado.

Además, con el objetivo de presentar una caracterización del mismo en la ciudad de Rosario que nos permita apreciar su evolución en los últimos años, se ha analizado la información recabada en los Relevamientos de la Industria Manufacturera de Rosario realizados por el Instituto de Investigaciones Económicas de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la UNR en los años 1997 y 2001.

2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL HELADO

No existe certeza acerca del lugar de origen de los helados, ya que hay quienes sostienen que los mismos provienen de China, otros ubican su nacimiento en Grecia y algunos en Egipto. No obstante ello, existe cierto consenso acerca de que su aparición data de aproximadamente tres mil años. La difusión en la antigüedad de este producto, es atribuida a Marco Polo, quien lo introdujo en el imperio Romano luego de conocerlo en el Lejano Oriente.

Según referencias históricas, en el siglo XVI, Catalina De Médicis, al casarse con Enrique II de Valois, lleva el helado a Francia y es de la mano de un cocinero francés que se introduce en Inglaterra, donde se inventa una receta que incorpora la leche en su elaboración. Es importante mencionar que en esa época, el helado era un placer reservado sólo para los reyes y su corte, ya que era muy dificultosa su producción y conservación. A mediados del



siglo XVII, un italiano llamado Procopio inventa una maquina para homogeneizar frutas, azúcar y hielo, logrando así obtener una crema helada, similar a la que hoy conocemos.

Fue recién en el siglo XVIII cuando los vendedores ambulantes italianos difundieron el helado por toda Europa y es en ese mismo siglo cuando llega a América del Norte. En el siglo XIX una norteamericana llamada Nancy Johnson inventa la primera heladera automática, que sienta las bases para la elaboración del helado industrial. Dos años más tarde William Young aplicó un motor al cilindro, lo cuál permitió un enfriamiento más uniforme y compuesto.¹ En 1851 Jacobo Fussel fundó la primera empresa productora de helados de Estados Unidos. Posteriormente, con el desarrollo y perfeccionamiento de los sistemas de refrigeración, el helado adquiere un carácter comercial e industrial llegando, a fines de siglo, a convertirse en el postre de consumo masivo más popular del mundo.

En Argentina, hasta mediados del siglo XIX, no se fabricaba hielo, sino que se importaban barras envueltas en aserrín desde Inglaterra y Estados Unidos. Por lo tanto, sólo se servían refrescos helados en algunos bares y cafés de la ciudad de Buenos Aires. Es recién a partir de la producción nacional de hielo, que surgen las primeras heladerías tipo confiterías, con producción artesanal de helado, y a mediados del siglo XX, se observa la aparición de la producción de tipo industrial.

En nuestro país, la producción de helados se concentró fundamentalmente en manos de inmigrantes italianos que introdujeron el oficio. En la ciudad de Buenos Aires, se encuentra la heladería más antigua aún en funcionamiento, El Vesuvio, fundada en 1902 por el matrimonio Cocitore que trajo al país una de las primeras máquinas de helados que consistía en un cilindro de cobre con un espacio al costado que se rellenaba con hielo y sal, para mantener el frío.²

3. CLASIFICACIÓN DE LOS HELADOS

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (C.I.I.U. Revisión 3) ubica a la elaboración industrial de helados dentro de la Sección D correspondiente a la Industria Manufacturera en el código 15200 que corresponde a la Elaboración de productos lácteos.

El Código Alimentario Argentino en el Capítulo XII se refiere también a la elaboración de helados. En el artículo 1074 define helados como:

“Con la denominación genérica de Helados, se entienden los productos obtenidos por mezclado congelado de mezclas líquidas constituidas, fundamentalmente, por leche, derivados lácteos, agua y otros ingredientes consignados en este artículo, con el agregado de los aditivos autorizados por el Artículo 1075.....

El artículo 1077 por su parte clasifica a los helados en base a las características y/o los ingredientes en: helados de agua o sorbetes, helados de leche y cremas heladas o helados de crema.

Por otra parte, en base a aspectos relacionados con la forma de elaboración, el tipo de materias primas empleadas y las herramientas utilizadas en la producción, los helados son clasificados en artesanales e industriales. Mientras que los primeros se elaboran con materias primas naturales tales como leche, crema de leche, dulce de leche, frutas y chocolate, en-

¹ Internet: www.heladeriaricci.com

² “Heladerías porteñas un duelo con fanáticos en cada barrio” Diario Clarín 06/02/05



tre otras, y con un 40% de volumen de aire que se incorpora lenta y naturalmente, los industriales se producen con leche en polvo y materias primas artificiales tales como saborizantes, esencias, colorantes y concentrados industriales, incorporando rápida y mecánicamente hasta un 100% de aire.²

4. MERCADO DE HELADOS

4.1 Mercado de Helados a Nivel Internacional

En gran parte de los países el consumo de helados se engloba bajo el de lácteos, por tal motivo no se dispone de gran información a nivel mundial. Un informe publicado por la Asociación Internacional de Productos Lácteos, transcribe datos estadísticos acerca de la producción y el consumo per cápita anual por país, tal como puede apreciarse en el siguiente cuadro³.

Producción anual en millones de hectolitros

Puesto	País	Producción
1	Estados Unidos	61.3 M hL
2	China	23.6 M hL
3	Canadá	5.4 M hL
4	Italia	4.6 M hL
5	Australia	3.3 M hL
6	Francia	3.2 M hL
7	Alemania	3.1 M hL
8	Suecia	1.3 M hL
9	Suiza	1.0 M hL
10	Nueva Zelanda	0.9 M hL
11	Finlandia	0.7 M hL
12	Dinamarca	0.5 M hL

Fuente: The Latest Scoop, 2000 Edition, Int Dairy Foods Assn.

Según información vertida por el Departamento de Agricultura de EEUU (USDA), en el año 2004 dicho país continuaba encabezando la producción total de helados y postres helados, con aproximadamente 6,056 billones de litros, siendo el estado de California el mayor productor de ese país.⁴

Hasta el año 2002, la firma Unilever era la empresa líder mundial en el sector de helados, con una participación en el mercado del 16 por ciento, seguida de McDonalds y Nestlé con

³ <http://www.idfa.org>

⁴ International Ice Cream Association, 2005



un 8 y un 7 por ciento, respectivamente.⁵ En el año 2003 el grupo alimentario suizo Nestlé, adquiere la empresa estadounidense de helados Dreyer's Grand Ice Cream, alcanzando así una posición de liderazgo en el mercado mundial del helado con un 17,5% de participación.

Consumo anual (per cápita) de helados y postres helados en litros

Con relación al consumo de helados, la Asociación Internacional de Productos Lácteos (AIPL) presenta un informe sobre los países que lideran el consumo per cápita, el que se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Consumo per cápita

Puesto	País	Consumo
1	Nueva Zelanda	26.3 L
2	Estados Unidos	22.5 L
3	Canadá	17.8 L
4	Australia	17.8 L
5	Suiza	14.4 L
6	Suecia	14.2 L
7	Finlandia	13.9 L
8	Dinamarca	9.2 L
9	Italia	8.2 L
10	Chile	6.0 L
11	Francia	5.4 L
12	Alemania	3.8 L
13	China	1.8 L

Fuente: The Latest Scoop, 2000 Edition, Int Dairy Foods Assn.

Según datos de la AIPL, el país que más consume helados en el mundo es Nueva Zelanda, seguido por Estados Unidos y Canadá. En este ranking el único país latinoamericano que aparece es Chile en el décimo puesto, con un consumo per cápita de 6 litros anuales. En nuestro país no existen estadísticas oficiales de consumo de helados, no obstante ello, la consultora Mundohelado sostiene que los argentinos toman aproximadamente entre 3 y 3,5 litros de helado anuales per cápita.

4.2. Mercado de Helados a Nivel Nacional

Tal como se expresara en el presente trabajo, es necesario hacer una diferenciación entre el helado industrial y artesanal, ya que cada segmento muestra características distintivas propias, no sólo en lo relativo a su producción sino también en lo referido a las estrategias

⁵ Europa Press,2002



de comercialización.

Dentro del segmento del helado artesanal, entre las firmas más representativas a nivel nacional se encuentran las cadenas Freddo, Munchi's y Altra Volta.

Freddo, empresa creada en el año 1969 lidera el sector tanto por la cantidad de locales que posee (37), como por su nivel de facturación. En la actualidad es la red de heladerías más grande del país y además cuenta con sucursales en Uruguay y Paraguay.

Munchi's, propiedad de la familia Perez Companc, que inicia sus actividades en 1997, cuenta con 8 sucursales donde vende sus helados sobre la base de leche Jersey. Mientras Freddo orienta su estrategia comercial al segmento comprendido entre los 18 y 35 años, Munchy's apunta a los más chicos y a la familia.

Finalmente, Altra Volta es la última cadena de helados que aparece en el mercado de la mano de la familia Aversa, la creadora de Freddo.⁶

Dentro del segmento del helado industrial es posible mencionar la compañía suiza Nestlé que desde octubre de 1997 compite con helados Kibon de Unilever, la líder mundial del negocio. En la actualidad, con su marca Frigor controla un tercio del mercado nacional.⁷

Con respecto a Unilever, compañía multinacional europea líder en productos de consumo masivo, cabe mencionar que dicha firma, que opera en Argentina desde hace más de 70 años, en el año 2000, cierra su planta productora de helados en Villa Gobernador Gálvez para producir los helados Kibon en Brasil.⁸

En el año 2005, se produce por un lado, el retiro del mercado de la marca Kibon de Unilever y por otro, el ingreso de la firma Arcor al mercado de helados industriales de consumo individual, con una inversión que alcanzó los 60 millones de pesos, de los cuales, la mayor parte se utilizó para la compra de maquinarias destinadas a mantener la cadena de frío en los puntos de venta.

Arcor desarrolla su producción de helados en la planta de la empresa Ice Cream, con quien celebró un acuerdo a 5 años, con el objetivo de duplicar la producción anual de dicha firma. Este proyecto tiene previsto una generación de 450 puestos de trabajo en toda la cadena, y también espera generar un efecto multiplicador en toda la industria proveedora de maquinarias e insumos para la elaboración, distribución y comercialización de los helados.⁹

4.3. Evolución del Mercado de Helados a Nivel Local

Con el propósito de analizar la evolución del mercado de helados a nivel local, se utilizaron los datos aportados por los Relevamientos de la Industria Manufacturera de Rosario años 1997 y 2001, llevados a cabo por el Instituto de Investigaciones Económicas de la Escuela de Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

Del análisis de dicha información surge que en la ciudad de Rosario más del 90 % de las firmas encuestadas en ambos Relevamientos, encuadradas dentro del sector lácteo, pertenece al rubro helados.

⁶ INFOBAE, Noviembre de 2005.

⁷ www.mercado.com.ar Junio 2006

⁸ La Nación, Octubre de 2000

⁹ www.arcor.com.ar Mayo 2006



Las variables que se tomaron en cuenta para llevar adelante la caracterización del sector fueron: cantidad de empresas, año de fundación, organización jurídica, propiedad de las firmas, origen del equipamiento, inversiones, mejoras realizadas, principales problemas de producción, factores de competitividad, destino de las ventas y acciones para ganar mercados

Cantidad de empresas

Entre los años 1997 y 2001, la cantidad de establecimientos del sector, en la ciudad de Rosario se incrementó notablemente, aumentando en un 76.19 %.

Cantidad de empresas

Año 1997	Año 2001
21	37

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Año de fundación

Analizando el año de fundación de las empresas se puede apreciar que las firmas más antiguas surgen en el período 1945 a 1952, aunque sólo representan un 4 y un 5 % del total de las firmas que funcionan en la actualidad. Es importante destacar que en el período comprendido entre ambos relevamientos, la cantidad neta de firmas que iniciaron sus actividades creció en 9 unidades, representando el total un 33,33% de las firmas que están funcionando en el año 2001, lo que da muestras del crecimiento que ha manifestado el sector en la ciudad, en la última década.

Año de inicio de las actividades

Período	Año 1997		Año 2001	
	Cant Emp	Porcentaje	Cant. Emp.	Porcentaje
Antes 1930	0	0,00	0	0,00
1931 – 1945	0	0,00	1	2,70
1946 – 1952	1	4,76	2	5,41
1953 – 1975	8	38,10	11	29,73
1976 – 1990	9	42,86	11	29,73
1991 – 2001	3	14,29	12	32,43
Total	21	100	37	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Organización Jurídica

La gran mayoría de las fábricas de helados, son unipersonales, presentándose esta forma jurídica en el 61,90 % del total en el año 1997 y el 75,68 % en el 2001. El 33,33%, es decir,



7empresas, está organizada como sociedad de responsabilidad limitada en el año 1997, cifra que se mantuvo en valor absoluto en el 2001, disminuyendo el porcentaje al 18,92% del total. Se aprecia que los nuevos establecimientos creados entre ambos relevamientos se constituyeron casi en su totalidad como empresas unipersonales.

Organización jurídica

Forma jurídica	Año 1997		Año 2001	
	Cant. Empr.	Porcentaje	Cant.Empr.	Porcentaje
Unipersonal no constituida en soc.	13	61,90	28	75,68
Sociedad de hecho	1	4,76	2	5,41
Sociedad de responsabilidad limitada	7	33,33	7	18,92
Sociedad anónima	0	0,00	0	2,56
Cooperativa	0	0,00	0	2,56
Sociedad en comandita por acciones	0	0,00	0	0,00
Sociedad colectiva	0	0,00	0	0,00
Empresa u organismo del Estado	0	0,00	0	0,00
Unión transitoria de empresa	0	0,00	0	0,00
Otro tipo de sociedad	0	0,00	0	0,00
Sucursal de empresa extranjera	0	0,00	0	0,00
Otra forma indeterminada	0	0,00	0	0,00
Total	21	100	37	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Propiedad de las firmas

En concordancia con el ítem precedente, se aprecia que las empresas del sector son en su mayoría propiedad de una sola familia, ascendiendo las mismas a un 80.77 % del total en el año 1997 y a casi un 95% en el año 2001.

Propiedad de la empresa

	Año 1997		Año 2001	
	Nº de emp.	Porcentaje.	Nº de emp.	Porcentaje.
Propiedad de 1 sola fla	20	80,77	35	94,59
Propiedad de más flías	1	19,23	2	5,41
Total	21	100,00	37	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001



Origen del equipamiento

Analizando la composición del equipamiento de las empresas en los dos períodos relevados, se aprecia que en el año 1997 casi la mitad de las firmas poseían equipamiento de origen totalmente nacional, pudiendo apreciarse que la composición del origen de los mismos fue variando, incrementándose hacia el año 2001 la participación de equipamiento de origen extranjero.

Origen de los equipos de la empresa

Mercado	Año 1997		Año 2001	
	Cant. Emp.	Porcentaje	Cant. Emp.	Porcentaje
Totalmente argentinos	9	42,86	10	27,03
Mayoría argentina y parte extranjera	5	23,81	11	29,73
Mayoría extranjera y parte argentina	1	4,76	8	21,62
Totalmente extranjera	2	9,52	3	8,11
En partes iguales argentina y extranjera	4	19,05	5	13,51
TOTAL	21	100,00	37	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Inversiones

En relación a la renovación o ampliación de los equipos de producción así como de los procesos, se aprecia que en el período 1991-1995 el 80,95% de las empresas realizó alguna inversión, mientras que en el período 1998-2000 se observa que el porcentaje anterior disminuye considerablemente, ya que solamente el 56,76% de los establecimientos realizaron inversiones.

Inversiones

	Período 1991 – 1995		Período 1998 – 2000	
	Cant. Emp.	Porcentaje	Cant. Emp.	Porcentaje
Realizó inversiones	17	80,95	21	56,76
No Realizó inversiones	4	19,05	15	40,54
No contesta	0	0,00	1	2,70
TOTAL	21	100	37	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Mejoras realizadas en las firmas

En el año 1997 la mayoría de las mejoras realizadas en las empresas del sector estaban orientadas a renovar productos y procesos, mientras que en el 2001 las mismas tendieron a la mejora y desarrollo de nuevos productos. En el año 1997, se destacan además, los esfuerzos tendientes a mejorar la forma organizativa.



Mejoras realizadas en la empresa

Mejoras	Año 1997		Año 2001	
	Cant. Emp.	Porcentaje	Cant. Emp.	Porcentaje
Desarrollo de nuevos productos	8	38,10	16	43,24
Mejoras en productos	14	66,67	22	59,46
Mejoras en procesos	14	66,67	9	24,32
Mejora de la forma organizativa	9	42,86	6	16,22
Nuevas formas de vinculación con el mercado	4	19,05	1	2,70
Mejoras generales en calidad			4	10,81

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Problemas de producción

De la comparación de ambos relevamientos surge que el principal problema de producción que manifiestan tener las empresas, es el alto costo de los servicios, ya que el mismo afectaba al 61,90% de las firmas en 1997 y al 72,97% de las mismas en el 2001. El resto de los problemas mencionados, comparativamente carece de relevancia ya que en ningún caso ha sido indicado por un porcentaje superior al 10% de las firmas encuestadas.

Principales problemas de producción

Problemas	Año 1997		Año 2001	
	Cant Emp	Porcentaje	Cant Emp	Porcentaje
Ninguno	4	19,05	2	5,41
Altos costos de servicios	13	61,90	27	72,97
Altos costos de materia prima	1	4,76	0	0,00
Altos costos de mano de obra	0	0,00	2	5,41
Personal no capacitado	0	0,00	0	0,00
Falta de tecnología dura adecuada	2	9,52	2	5,41
Falta de tecnología blanda adecuada	0	0,00	0	0,00
Bajo volumen de producción	1	4,76	3	8,11
Problemas de calidad	0	0,00	0	0,00
Gran variedad de productos	0	0,00	1	2,70
Otros	0	0,00	0	0,00
Total	21	100,00	37	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001



Factores de competitividad

En el siguiente cuadro puede apreciarse información acerca de los tres factores más significativos que determinan la competitividad de las empresas. El 85,71% de las mismas en el año 1997 y el 72,97% en el 2001, consideraban al precio como determinante de la competitividad, asignándole similar importancia aunque variando del 2º al 1º lugar en los respectivos relevamientos, la calidad del producto, que en el '97 era un factor importante de competitividad para el 71,43% de las empresas y en el 2001 para el 81,08% de las mismas. El tercer factor en importancia es la adaptabilidad a las sugerencias del cliente para el 28,57% en el '97 y el 35,14% en el 2001.

Factores de competitividad de las empresas

Factores de competitividad	Año 1997		Año 2001	
	Cant Emp	Porcentaje	Cant Emp	Porcentaje
Precio	18	85,71	27	72,97
Plazo de entrega	2	9,52	4	10,81
Financiamiento	1	4,76	2	5,41
Asistencia Post-venta	0	0,00	0	0,00
Garantía	1	4,76	3	8,11
Adaptabilidad a las sugerencias del cliente	6	28,57	13	35,14
Amplio mix de productos	0	0,00	1	2,70
Canales de distribución	0	0,00	3	8,11
Diseño	2	9,52	1	2,70
Calidad	15	71,43	30	81,08
Publicidad – Promoción	4	19,05	4	10,81
Otros	0	0,00	6	16,22

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Destino de las ventas

Analizando los puntos de destino de las ventas de las empresas del sector se observa que la mayoría de las firmas venden su producción en la ciudad, el 100% de las entrevistadas en el '97 y el 95% de las entrevistadas en el 2001, siendo un mínimo porcentaje las que además, colocan parte de su producción en el Gran Rosario o en el resto del país.



Destino de las ventas

	Año	Año
Mercado	Cant. Emp.	Cant. Emp.
Rosario	21	35
Gran Rosario	2	5
Resto del país	2	2
Exterior	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

Acciones para ganar mercados

Con el objetivo de acceder a nuevos mercados la medida más frecuente tomada por las empresas es la de mejorar su servicio comercial, siguiendo por la implementación de mejoras en las políticas de publicidad, así como en los canales de distribución. Cabe destacar que el comportamiento de las empresas en este aspecto tiende a combinar la implementación de las acciones mencionadas.

Acciones para ganar mercados

	1997	2001
	Cant. Emp.	Cant. Emp.
Participación en ferias	4	8
Mejora del servicio comercial	9	22
Mejoras en el canal de distribución	3	13
Mejoras en la política de publicidad	9	16
Otras	0	2

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Relevamiento Productivo 1996-97 y 2001

4.4. Situación actual del sector helados en la ciudad de Rosario

Con el objeto de poder brindar un panorama de la realidad actual del sector, que tome en cuenta no sólo a las empresas más representativas, sino también a las de menor envergadura que operan en el mercado local del helado artesanal, se procedió a recabar información de actores calificados.

Los mismos manifiestan que, luego de la crisis de los años 2001 y 2002, el sector de helados comenzó un proceso sostenido de recuperación. No obstante ello, sostienen que si



bien los precios de los helados artesanales se han ido reacomodando paulatinamente, la rentabilidad ha mermado. Esta situación se produjo como consecuencia del incremento de algunos costos fijos y de los insumos tales como leche, crema, azúcar, frutas, frutos secos y envases, entre otros. En relación a estos últimos, es importante destacar que, la mayoría de ellos están valuados a precios dólar, por lo que su incremento no se ha podido trasladar en su totalidad al precio del producto final. Es decir, el incremento del precio del helado artesanal sólo ha permitido atenuar el impacto del alza de los insumos.

Respecto a la evolución de las inversiones del sector, según manifestaciones vertidas por actores locales, es posible observar un comportamiento disímil de las mismas durante la década de los noventa y el período post convertibilidad. Mientras se mantenía la paridad con el dólar, muchas empresas locales realizaron importantes inversiones en maquinarias y equipamientos. A raíz de la devaluación de la moneda acontecida en el año 2002, se tornó muy dificultoso fundamentalmente para las firmas de menor envergadura, adquirir nueva tecnología, dado que gran parte de ella es provista desde el exterior. Esta situación se vio agravada por el escaso financiamiento existente en el mercado.

Con relación al personal ocupado por el sector artesanal, si bien no existen datos estadísticos oficiales, representantes de la Cámara Industrial y Comercial del Helado Artesanal de Rosario (CICHA) estiman que en la actualidad, en la ciudad de Rosario, en temporada alta, se ocupan alrededor de 2000 personas, cifra que en temporada baja desciende significativamente, hasta alcanzar los 500 puestos de trabajo aproximadamente.

En este contexto, la gran mayoría de los actores consultados coinciden en que, si bien existen algunas dificultades en aspectos tales como merma en la rentabilidad, incremento de costos, falta de financiación adecuada a las necesidades del rubro, las expectativas sobre la evolución futura del sector tanto artesanal como industrial, resultan alentadoras para la mayoría de las empresas. Esta situación se funda en el hecho que a partir de la salida de la convertibilidad, se observa un incremento de la demanda no sólo local sino también regional y nacional que se ha visto favorecida por cambios en los hábitos de consumo de la población.

Entre las principales empresas productoras de helados artesanales en la ciudad se pueden mencionar las firmas Yomo, Cumbre Nevada, Bajo Cero, Esther, Smart y Lido, entre otras.

En el segmento de los helados industriales en la ciudad de Rosario se destacan firmas tales como Yomo con su marca Yo helados nacida en 1990, Com Com que ha presentado un importante crecimiento en los últimos años, y La Montevideana que si bien está fabricando helados con la marca Panda, recientemente como integrante de un grupo inversor ha comprado su marca nuevamente, con la que a corto plazo volverá a producir.

5. REFLEXIONES FINALES

Analizando la industria del helado, en los últimos años es posible apreciar una serie de cambios que han generado en la misma un proceso de crecimiento y diversificación. A modo de síntesis se pueden enumerar algunos aspectos relevantes que caracterizan a esta industria en la actualidad:

- Aparición de nuevas marcas y ampliación de locales de las marcas existentes.
- Fuerte competencia en el mercado, que ha obligado a las empresas a diversificarse mediante a la incorporación de mayor valor agregado a la producción.



- Diversificación de la oferta tanto para helados artesanales como industriales, con la introducción de nuevos productos especialmente en helados industriales, así como nuevos sabores en helados artesanales.
- Diversificación de las bocas de venta fundamentalmente en lo relativo al helado industrial, con la incorporación de quioscos, estaciones de servicio, supermercados, entre otros.
- Generación de inversiones tanto para ampliación o instalación de nuevas plantas como en equipamiento y logística. Tal como se ha expresado en el presente trabajo tanto las empresas multinacionales como las nacionales han realizado o están proyectando inversiones para instalarse o incrementar su capacidad de producción, así como para instalar nuevos locales de venta.
- Tendencia progresiva a la desestacionalización del consumo, derivada del cambio de hábitos de consumo como consecuencia en parte de la diversificación de la oferta.
- Incremento en los niveles de consumo per cápita a nivel nacional aunque todavía se mantiene en niveles inferiores a otros países de Latinoamérica, Estados Unidos y países de Europa.

Frente a un escenario que presenta un incremento en cantidad de empresas productoras, tanto en el segmento del helado artesanal como el del industrial y con inversiones importantes por parte de algunas de ellas, en la actualidad es posible hablar de un sector en crecimiento tanto a nivel nacional como local.

Este crecimiento está apuntalado por una serie de oportunidades ligadas a la coyuntura, tales como el crecimiento económico general, la recuperación del poder adquisitivo de parte de la población, y otras generadas por los mismos empresarios como la gran diversificación tanto de la oferta como de las modalidades de venta.

En este contexto la ciudad de Rosario, dada su reconocida trayectoria dentro del mercado de helados fundamentalmente artesanal, se perfila como un polo de producción y ventas no solo a nivel local sino regional y nacional. Por otra parte, es importante mencionar que la ciudad también se destaca por presentar niveles de consumo per cápita que superan ampliamente la media nacional.

En virtud de lo expuesto precedentemente, se aprecia una perspectiva favorable tanto en el mercado de helados artesanales como el de los helados industriales. Dicha tendencia se pone de manifiesto por un lado con la aparición de nuevas Pymes locales pertenecientes al segmento artesanal, y por otro, con el crecimiento del sector industrial con importantes inversiones que incrementaron la capacidad instalada así como la aparición de nuevas bocas de expendio tales como quioscos y estaciones de servicios, entre otras.



Referencias Bibliográficas

- Taboada R.L (coordinador) y otros, "Helado Total", Publitec Editora, Buenos Aires, Argentina, 1993
- Timm F., "Fabricación de Helados", Ed. Acribia S.A., Zaragoza, España, 1989
- Infobae "Síntesis sectorial helados 2004" Claves Información Competitiva s.a.
- " Relevamiento Productivo de la Industria Manufacturera de Rosario Año 1997 Instituto de Investigaciones Económicas de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Rosario para Municipalidad de Rosario
- " Relevamiento Productivo de la Industria Manufacturera de Rosario Año 2001" Instituto de Investigaciones Económicas de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Rosario para Municipalidad de Rosario
- " Heladerías Porteñas un Duelo con Fanáticos en Cada Barrio" Clarín 06/02/05
- "Las cadenas de heladerías planean fuerte expansión para el verano" Gustavo Grimaldi INFOBAE Buenos Aires 19, 20/11/ 2005
- Noticias de Arcor 22/07/2005
- "Unilever le bajó el pulgar a los Kibon" Clarín 20/07/2005
- "La Montevideana vuelve a producir de la mano de sus primeros propietarios "Marcos Cicchirillo La Capital 07/04/2001
- "Los helados rosarinos invaden el país" La Capital 14/01/2001
- www.mundohelado.com
- www.heladeriaricci.com
- www.consumaseguridad.com
- www.soluciones21.com
- www.grupocaissa.com.ar
- [www Infobrand.com](http://www.Infobrand.com)
- www.mercado.com.ar 21
- www.Fortuna.Uol.Com.Ar 01/05/2005
- www.comcomhelados.com.ar