



# BIEN NUESTRO

Publicación bimestral del Instituto Nacional de la Yerba Mate / MARZO 2014 - Nro. 5 - Posadas, Misiones

## BIEN ARGENTINO

Natural, saludable y versátil. La yerba mate, la segunda infusión más consumida en el país, tiene mucho para dar y desde el INYM, mucho para contar. Todo, para afianzar el tradicional pero aún emergente mercado.





4

## Promoción de la yerba mate en el Noa

El trailer del INYM recorrió las provincias argentinas del NOA promocionando las cualidades racionales y emocionales de nuestro producto que requiere mantener y aumentar el nivel de demanda.



8

## En 1977 ya se registraba un nuevo horizonte tecnológico



## 10 Pequeños productores exportan a Rusia

La Cooperativa Río Paraná realizó su primer embarque de yerba mate con destino a San Petersburgo en diciembre de 2013 y apuesta a seguir ampliando el mercado.

## 15 Distinciones

El INYM distinguirá a 6 "Buenos Productores Yerbateros" cada año, como modelos productivos



## EDITORIAL

### NUESTRO MEJOR PRODUCTO

Quizás uno de los principales objetivos entre quienes integran la cadena del sector productivo de yerba mate es lograr la permanente presencia del producto y su consumo en todos los rincones del país, y posicionarlo en el exterior. Nosotros, desde el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), no sólo trabajamos para afianzar esas metas, sino también para lograr que la infusión sea mucho más que una acción de placer, que se transforme definitivamente en identidad, que cada argentino sienta que al consumir el producto incorpora nutrientes y reivindica su historia.

En 2013 el Congreso de la Nación declaró al Mate como Infusión Nacional, un hecho por demás importante porque jerarquiza la tradición que nació en la tierra colorada y que hoy ocupa espacio en todos los hogares de la Argentina.

Tomar mate, amargo o dulce, es una costumbre que tenemos todos los argentinos, y la yerba es el producto que siempre hay en casa, con o sin inflación, con o sin democracia, en la ciudad o en el campo y en las chacras.

¿Por qué entonces trabajamos para fortalecer el mercado yerbatero? Porque de este histórico producto se conoce muy poco desde el punto de vista alimenticio y cultural, e incluso son incipientes las modalidades de consumo, empezando por el desconocimiento de "cómo preparar un buen mate" y la posibilidad de degustar un "nutritivo frozen".

La yerba mate es un producto natural, saludable y versátil, y el mate, un sentimiento.

Por eso, sin lugar a dudas, tanto en el plano racional como en el emocional, la yerba mate es nuestro mejor producto, y como no podría ser de otra manera, parte de nuestras tareas contemplan generar conciencia sobre esa exquisita riqueza para que todos levantemos el mate como "infusión nacional", bien nuestro, bien argentino, como identidad nacional.

Ing. Agr. Luis Francisco Prietto  
Presidente del INYM



Rivadavia 1515, 2do. piso - Posadas, Misiones.  
Tel: 376 4425273 - Int 134  
Contacto: [prensa@inym.org.ar](mailto:prensa@inym.org.ar)

El **Instituto Nacional de la Yerba Mate** es un ente de derecho público no estatal con jurisdicción nacional creado por Ley 25.564 con representantes públicos y privados del sector yerbatero.

**Directorio INYM 2013/2015:** Luis Prietto (*Presidente*); Ricardo Maciel y Martha Cunha (*Gob. de Misiones*); Esteban Fridlmeier (*Gob. de Corrientes*); Pedro Angeloni y Marcelo Stockar, Clotilde Gessner y Héctor Biale (*Cooperativas*); Roberto Hugo Montechiesi, Alejandro Crisp, Juan Pablo Hreňuk y Carlos Guillermo Rousillon (*Industria*); Luis Sandro Sosa y Oscar Daniel Rodríguez (*Trabajadores Rurales*); Sergio Dellapierre y Ramiro López (*Secaderos*); Jerónimo Lagier, Enrique Kuszko, Nelson Dalcolmo, Jorge Haddad, Luis Mancini y Marisol Fracalosi (*Producción*).



# MERCADO ADENTRO

FOTOS GIRA NOA y de CARLOS COPPOLI

**¿Es necesario promocionar el genérico yerba mate en la Argentina donde el producto se consume desde hace cientos de años y es transversal a todos, al punto de posicionarse como parte de la identidad nacional?**

Tilcara.



Pumamarca.

La respuesta llega de la mano de **Carlos Coppoli**, subgerente del área de Marketing y Comunicación del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), y plantea razones mucho más profundas que las visibles a simple vista.

“Tenemos que lograr que el producto mantenga y aumente su nivel de demanda”, es lo primero que nos dice Coppoli. “Los consumidores necesitan mayor información y conocimiento acerca de la yerba”, agrega a continuación sobre la segunda infusión más consumida en la Argentina. Y en esa línea, recuerda que hay muchos motivos para consumir más yerba, “ya sea por las propiedades nutricionales, o porque encuentra una nueva ocasión de consumo a partir de conocer que, por ejemplo, puede tomar mate cocido frío como bebida refrescante”.

En la siguiente entrevista, Coppoli repasa los lineamientos del trabajo de marketing, destacando las virtudes del producto que alcanza tanto al plano racional como al emocional, el nuevo trailer promocional de Yerba Mate Argentina y la tendencia del mercado:

**Si tuviera que explicar al sector yerbatero qué es marketing, ¿qué diría?**

Le diría que es una herramienta fundamental para el futuro de la actividad. Cuando digo una herramienta fundamental, lo digo pensando en el marketing como parte de un sistema que incluye también la parte técnica, la parte productiva, que debe funcionar de forma coordinada, donde todos sus elementos se combinan para dar como resultado algo mucho más valioso que cada uno por separado.

Es difícil describir el marketing en pocas palabras, pero en resumidas cuentas, a través del marketing analizamos el producto y su contexto, establecemos objetivos y desarrollamos e implementamos estrategias y tácticas buscando siempre fortalecer el vínculo entre el producto y quienes lo consumen o atraer nuevos consumidores. De esta forma, buscamos que nuestro noble producto mantenga y aumente su nivel de demanda, lo que significa un aporte fundamental a la sustentabilidad del sector yerbatero en el futuro. En este sentido, cabe destacar que desde el INYM, nos enfocamos en trabajar sobre la yerba mate como producto genérico, y nuestras acciones apuntan a que los consumidores y potenciales consumidores tengan, de forma segmentada según su necesidad, mayor información y conocimiento acerca de la yerba mate, sus propiedades, formas de consumo, proceso productivo, historia, cultura, mística, etc., todas estas cosas que le agregan valor al producto.

**¿Cuál es el mejor marketing que puede tener nuestro producto?**

La Yerba Mate es un producto natural, saludable y versátil. Estas palabras son el mejor marketing o características superadoras que la yerba mate tiene para diferenciarse de otras infusiones y bebidas. Pensemos que en su proceso de elaboración se cosechan las hojas, en su gran mayoría de forma manual, y luego se le aplica calor, molienda y tiempo, con lo que podemos afirmar que es natural. El consumo de yerba mate aporta al organismo gran cantidad de polifenoles, vitaminas del complejo B, potasio, magnesio y xantinas. Los polifenoles actúan como un poderoso antioxidante que ayudan a aumentar las defensas y a disminuir el efecto de envejecimiento celular. Las vitaminas del complejo B ayudan al cuerpo a aprovechar mejor la energía de los alimentos ingeridos. El potasio y el magnesio son sustancias indispensables para fijar las proteínas y para el correcto funcionamiento del corazón. Las xantinas son compuestos que estimulan el sistema nervioso central, es decir el esfuerzo físico e intelectual. La yerba mate puede consumirse de muchas maneras, en mate cebado, en mate cocido, fría, caliente, con jugos, etc. Culturalmente, está muy asociada a valores fundamentales del ser humano, como el compartir con amigos. Creo que con sólo mencionar



Salta.

estos aspectos, vemos que encontramos grandes virtudes en la yerba mate, pasando por el plano racional y emocional.

**En este 2013 se realizó la gira Noroeste de Yerba Mate Argentina. ¿Cuál fue el objetivo?**

En noviembre pasado, estrenamos en una gira por el NOA, nuestro trailer promocional de Yerba Mate Argentina. Este nuevo elemento nos permite realizar acciones promocionales de forma sencilla y efectiva. Casi podemos decir que llevamos un pedazo de la zona productora de yerba mate a recorrer distintas ciudades, con un impacto visual muy importante. El objetivo de la gira es acercar a la gente, información acerca de la yerba mate, sus propiedades, formas de consumo, buscando que quienes se acercan al trailer tengan una experiencia de contacto agradable y rica en contenido, además de jugar a nuestras trivias de preguntas y respuestas y de poder degustar mate cocido caliente o frozen, que es un mate cocido tan frío que tiene la consistencia de una pasta de hielo. Realmente la respuesta de la gente es muy buena, se acerca y participa de manera masiva de las actividades que proponemos.

**¿Por qué es importante continuar con la difusión del genérico yerba mate en un país donde, tal como lo revelan estudios encargados por el INYM, el producto está en el 98 por ciento de los hogares?**

Si bien la yerba mate está presente en casi todos los hogares de la Argentina, encontramos que la gente tiene muy poco conocimiento de estos aspectos que nosotros estamos comunicando en estas acciones promocionales, hablamos de las propiedades benéficas para la salud, el proceso productivo y las formas de consumo más allá del tradicional mate cebado y mate



## EN TODOS LOS HOGARES

Un relevamiento encargado por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) en el año 2009 reveló que la yerba mate está presente en el 98% de los hogares de la Argentina, con lo que demuestra ser un producto absolutamente transversal a todos los niveles económicos y sociales.

De acuerdo con el trabajo del INYM, 92% de los hogares consume yerba mate en forma de mate con bombilla, 54% en mate cocido y 14% como tereré. El mate con bombilla es consumido en forma habitual por personas mayores de 21 años, mientras que el mate cocido es más parejo en todas las edades.

El trabajo fue realizado por la consultora GEA Research. Se denomina "El consumo de yerba mate en Argentina", y abarcó a un total de 5.000 hogares de los principales centros urbanos del país (Posadas, Corrientes, Paraná, Salta, Tucumán, Rosario, Córdoba, Río Cuarto, San Juan, Mendoza, Neuquén, Ciudad de Buenos Aires y La Matanza).

Al ser consultados sobre las propiedades que encuentran en la yerba mate, ocho de cada diez personas la calificaron como producto diurético natural. Otro porcentaje importante de encuestados por el Instituto Nacional de la Yerba Mate le asignó propiedades que tienen que ver con la estimulación física y mental.

cocido en saquitos. Como ya decíamos antes, darle a la gente información sobre estos aspectos, es darle motivos para consumir más yerba mate, ya sea por las propiedades nutricionales, o porque encuentra una nueva ocasión de consumo a partir de conocer que, por ejemplo, puede tomar mate cocido frío como bebida refrescante.

**En la gira NOA, ¿cuáles fueron las preguntas más frecuentes que recibieron de la gente?, y en base a sus observaciones, ¿saben los argentinos preparar un buen mate?, ¿además del amargo misionero o el dulce porteño, se encontraron con otras modalidades de consumo?, ¿son exigentes los consumidores de yerba mate en el NOA?**

Por lo general, las preguntas más frecuentes refieren a las propiedades y a la forma de preparar un buen mate. Cuando le explicamos a la gente las propiedades de la yerba, suele sorprenderse. También le contamos cuál es el procedimiento que nosotros recomendamos para hacer un buen mate, y el por qué de cada uno de los pasos que sugerimos. En ese momento se genera un intercambio bastante interesante, porque te dicen: "ah.. yo hago eso", o "mirá vos, con razón me sale amargo, lo empiezo con agua hirviendo".

Durante nuestra recorrida por el NOA, notamos que



Jujuy.

hay un buen consumo de yerba mate, por lo general de forma cebada. La particularidad que encontramos es la combinación de la tradicional infusión con hierbas de la zona. Mucha gente nos comentaba que le agregaba a su mate hierbas de la zona andina, como el "muña muña", la "rica rica" y otras tantas más.

**¿Cuál es el consumo anual actual de yerba mate elaborada, en la Argentina y en otras partes del mundo?, ¿se lo puede comparar con el consumo de hace cinco años?**

En la Argentina producimos aproximadamente 250 millones de kilos de yerba mate elaborada por año. En los últimos 5 años, este valor osciló entre 245 y 250 millones de kilos.

Si analizamos la tendencia de los últimos años, vemos que la misma es oscilante, por ejemplo el menor valor se registró en 2012. También es necesario notar que las variaciones no son significativas. Todos esperamos que en los próximos años estos valores sufran un aumento.

De esta producción que recién mencionábamos, en los últimos 5 años se exportaron entre 37 y 33 millones de kilos, correspondiendo el valor más bajo al año 2012. La mayor parte de estas exportaciones fueron hacia Siria y Líbano.

A nivel país, la Yerba Mate Argentina fue declarada Infusión Nacional hace poco tiempo, y un indicador muy reciente del crecimiento de la yerba mate en el mercado internacional es, por ejemplo, la demanda en el mercado asiático.

**¿Se prevén otras medidas para el año 2014 o a más largo plazo?**

En 2013 la Cámara de Senadores aprobó y convirtió en ley un proyecto que define al mate como infusión



Salta.



Tucumán.

nacional, así como la promoción de esa bebida y de sus tradiciones, lo que para mí significa un justo reconocimiento a la bebida más consumida en la Argentina después del agua.

Si bien esto no va a cambiar significativamente el consumo de yerba mate dentro de la Argentina, es una herramienta institucional de mucho valor para jerarquizar nuestro noble producto en nuestro país, y en el exterior.

Desde el INYM, se está coordinando el armado del Plan Estratégico para el Sector Yerbatero, una herramienta muy importante para el futuro del sector. Desde nuestro departamento de promoción, estamos planificando una serie de acciones que nos van a permitir cumplir con los objetivos planteados para el corto y mediano plazo.

## PLAN ESTRATÉGICO

En noviembre de 2012, especialistas debatieron sobre el escenario futuro (15 -20 años) para la comercialización y desarrollo de la yerba mate como producto, y definieron debilidades y recursos para enfrentarlos. Fue en el marco del Plan Estratégico de la Yerba Mate, en un encuentro que se concretó en el Centro Regional Zaimán del INTA, en Posadas.

La tendencia del mercado internacional, el mercado interno y los últimos avances en compuestos funcionales y nutricionales de la yerba mate fueron los temas planteados durante la jornada que reunió a más de 40 representantes de empresas y cooperativas yerbateras, funcionarios, académicos e integrantes de la casa anfitriona, de la Universidad Nacional de Misiones, del INYM, del Ministerio del Agro de Misiones, Ministerio de Producción y Turismo de Corrientes, y de la Fundación Exportar.

El INYM presentó datos del producto y mercado local, tomando como base la Investigación de Mercado que financió en 2009 (ver recuadro).

**Santiago Matello**, gerente de Inteligencia Comercial de la Fundación Exportar, expuso un análisis de la tendencia del mercado internacional de la yerba mate, evidenciando que "en términos globales, en 2007 fueron exportadas 64.261 toneladas de yerba mate y en 2010, 76.174". "Uruguay, Siria, Chile y Brasil han sido los principales mercados de destino", señaló Matello, acompañado por Martín Poggi, también de la Fundación Exportar. "Los dos principales exportadores mundiales, encabezados por Brasil y Argentina, explican más del 90 por ciento del total de los envíos", agregaron los investigadores.

Otro de los aspectos analizados fue la yerba mate y la salud. El investigador **Miguel Schmalko**, de la Universidad Nacional de Misiones, destacó los últimos avances en compuestos funcionales y nutricionales del producto. "La yerba mate es un alimento rico en nutrientes, como las vitaminas B1 y B6 y los minerales magnesio e hierro, y en compuestos funcionales, como las xantinas, los polifenoles y las saponinas", recordó quien investiga las propiedades del producto desde el año 1995.

Schmalko se mostró sorprendido porque "en los últimos tiempos fueron realizados y publicados numerosos trabajos en los que se mencionan las propiedades del extracto de la yerba mate. Las bases de datos indican más de 60 publicaciones en revistas internacionales, en las que se mencionan 13 efectos favorables para la salud humana"; y enfatizó que "debido a su propiedad como antioxidante, hecho comprobado con una investigación financiada por el INYM, "su uso también se extendió a otros campos no tradicionales, como productos de belleza, bebidas y comidas", abriendo nuevos mercados para el producto.



# La mecanización de la cosecha yerbatera

El lunes 15 de agosto de 1977, directivos de la Cooperativa Agrícola Eldorado Limitada, informaron al ministro de Asuntos Agrarios, doctor Marco Aurelio Benítez, que la entidad había logrado, tras largos años de experiencia, desarrollar un equipo para la cosecha totalmente mecanizada de la yerba mate, que consta básicamente de dos máquinas: una podadora-formadora que está destinada a dar a la planta la forma piramidal; y una cosechadora que actuará luego, una vez que tenga esa forma, y que está diseñada para cortar ramas de hasta dos años. Ese mismo día, los señores Francisco Schlangenhauer, Rircardo Erhard y Adolfo Ziegler, ofrecieron una conferencia de prensa en la Asociación Rural Yerbatera

Argentina para explicar mayores detalles de esta importante iniciativa para nuestro agro. Se informó en la ocasión que la cosechadora cumple adecuadamente las funciones de cortar, recoger, acumular y descargar las ramas, para lo cual hacen falta dos personas, estimándose que con el futuro perfeccionamiento de la misma, sólo hará falta un operario. De esta forma se logrará superar el agudo problema de falta de mano de obra, una situación que lejos de atemperarse tenderá a aumentar en el futuro, especialmente por la absorción de trabajadores por parte de las grandes obras públicas que ya están en vías de ejecución o que se proyectan para nuestra región. Es interesante observar que el uso de la máquina modificará el aspecto actual de los yerbales porque a efectos de lograr un buen aprovechamiento de la cosechadora se deberá modificar la forma de la planta.

Esto mismo conduce a que durante los tres primeros años disminuya la producción global del yerbal debido a que una parte de la planta no se cosecha. En ese corto lapso, la zona de cosecha de la planta sustituye e incluso aumenta la superficie de hojas que pueden ser cortadas por la máquina. Pero esa merma en la cantidad de hoja verde se ve generosamente compensada por el aumento de la productividad, es decir, por una mayor producción por hectárea / año en igual o menor cantidad de tiempo que antes. Además, la cosecha mecánica implicará contar en poco tiempo con grandes volúmenes de hojas y este es precisamente uno de los problemas que la firma Druett Fábrica de Máquinas Agrícolas SAICFI deberá solucionar, de acuerdo con el convenio firmado con la cooperativa. Esa firma, muy conocida en el país (y que estuvo representada durante el anuncio a la prensa por los ingenieros Héctor A. Carballo y Manuel García García), ya está trabajando con los prototipos de Eldorado para construir durante 1978 cinco máquinas que serán puestas a prueba en las plantaciones de Misiones. Luego de las comprobaciones y correcciones que se realicen sobre esa experiencia, comenzará en 1979 la fabricación industrial en serie, estimándose que en un principio el mercado regional (Misiones y norte de Corrientes) podrían absorber un centenar de ellas. Por de pronto, se sabe que las máquinas que existen (prototipos) se adaptan bien a los actuales yerbales siempre que tengan una distancia entre líneas de 3,50 metros y no tengan más de un 30 % de fallas. Obviamente, los yerbales que se implanten en el futuro tendrán que adaptarse a las necesidades de la mecanización para facilitar el trabajo de la máquina. También los secaderos tendrán que ir paulatinamente adaptándose a la nueva situación para estar en condiciones de recibir y procesar, en poco tiempo, grandes volúmenes de hoja verde, pero ya existen experiencias positivas en este sentido. Durante la reunión con los periodistas, a la que asistió en representación de nuestra Federación el comodoro Graselli, gerente de Posadas, se indicó que algunas de las ventajas más sobresalientes de la mecanización - aparte de superar el problema de mano de obra - son las siguientes:

- ▶ 1) Aumento importante en los rendimientos por hectárea y por año;
- ▶ 2) Se evita el maltrato de las plantas que suelen ser cortadas a machetazos;
- ▶ 3) Ampliación del período de cosecha;
- ▶ 4) Mayor facilidad para el control de malezas;
- ▶ 5) Posibilidades industriales nuevas, tal como la extracción de cafeína de brotes jóvenes;
- ▶ 6) Recuperación de yerbales abandonados.

## En 1978, cosechadoras en marcha

El concurso propiciado por el Banco de la Provincia de Misiones, en búsqueda de estimular el proceso de mecanización agrícola, en este caso para la poda y cosecha en uno de los cultivos más tradicionales de la zona, como la yerba mate, generó como resultaba predecible, una notoria expectativa en torno a su desarrollo y evolución. Hasta el momento se han presentado o se conocen datos ciertos de las experiencias de cinco proyectos que son prohijados por distintas empresas y organizaciones de productores, consubstanciadas con la imperiosa necesidad de la adopción de las medidas necesarias para solventar el cada vez más evidente déficit de mano de obra para ciertos tipos de tareas, especialmente las de recolección. (...)

- De **Mate Larangeira SA**, realizado sobre la idea de una maquina podadora de frutales que se importara de Estados Unidos, la que ha sido objeto de trabajos de adaptación al cultivo yerbatero, tratándose de hallar la solución para recoger el producto; en este aspecto han logrado resultados alentadores. (...)
- La **Cooperativa de Jardín América**, que auspicia los proyectos de Julio Nakatsuka, cuya exhibición en público tuviera lugar en Jardín América recientemente, prototipo en el que restaría perfeccionar el corte de la yerba, para evitar los desgarrones que afectaban a las plantas.
- Además **Nakatsuka** está desarrollando otro proyecto en base a un tractor elevado del tipo "zancudo" por arriba de los "linios", para asegurar un corte de ambos lados. (...)
- De la **Cooperativa Agrícola Eldorado**, que también presenta el corte a cierras circulares como los anteriores habiendo realizado ya varias pruebas, estando en la actualidad sujeto a nuevas modificaciones en colocación una fábrica de maquinarias agrícolas, la empresa Druette. (...)
- Del **Establecimiento Las Marías**, de Gobernador Virasoro (Corrientes), que se referiría a una máquina "zancuda" por sobre los "linios", al parecer apta para plantaciones nuevas a mayor densidad. Se está procurando incorporarle un sistema de picado de las ramas de yerba para facilitar el manipuleo del producto cosechado y su ulterior transporte a los lugares de industrialización.

(\*) Fragmento de la nota publicada en Panorama Agropecuario, sábado 28 de octubre de 1978, diario EL Territorio, Misiones.





## Pequeños productores desembarcan en Rusia

**T**ras participar con apoyo del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) en la feria World Food Moscú (feria mundial de alimentos), la **Cooperativa Río Paraná** realizó su primera venta de exportación. El sábado 7 de diciembre de 2013, salió del puerto de Buenos Aires el primer contenedor con 10.000 kilos de yerba mate que producen 100 pequeños productores de Misiones con destino a la ciudad San Petersburgo, Rusia. Es apenas el comienzo: el acuerdo entre la entidad que ya cumplió 30 años y el comerciante particular Andrés Bogman contempla la venta de 100 toneladas por año a partir de 2013 y por tiempo indefinido.



Juan Carlos Domínguez

Actualmente, la principal producción de la Cooperativa es la yerba mate bajo la marca **Titrayju (Tierra, Trabajo y Justicia)**.

Procesan 300 mil kilogramos de hoja verde por año, lo que equivale a 120 mil kilogramos de yerba canchada y su producción llega directamente al consumidor, o dicho de otra manera, la comercialización del producto hasta antes del embarque a Rusia se realizaba únicamente en las ferias francas, o a través de las organizaciones sociales.

¿Cómo llega Titrayju a Rusia? Como ya es habitual, en el año 2011 el INYM invitó a operadores del sector a participar en el World Food Moscú, y la Cooperativa Río Paraná fue una de las que aceptó integrar la misión comercial. María Duarte fue la cara visible de la entidad, y regresó a la tierra colorada con la posibilidad de trasladar a aquel territorio el producto elaborado por pequeños productores, desafío que fue aceptado e incluso superado.

“Además del embarque a Rusia, recibimos la visita de empresarios de Malasia que también se mostraron interesados en adquirir nuestra yerba mate, y hace poco enviamos muestras de nuestro producto a pedido de Brasil y Uruguay”, contó Juan Carlos Domínguez, presidente de la entidad.

### **YERBA ARTESANAL**

La yerba mate Titrayju se distingue porque es elaborada de manera artesanal, libre de agroquímicos y en el marco de un comercio justo y consumo responsable, revalorizando al pequeño agricultor familiar. “Trabajamos dentro de un mercado justo y buscamos que el productor reciba un precio justo por la materia prima; sólo nos interesa agrandar el mercado dentro de esas condiciones”, enfatizó Miguel González. “Para nosotros –continuó– el comercio justo representa una oportunidad de reunir al productor con el consumidor, evitando las largas cadenas de comercialización que encarecen el precio final y disminuyen el precio

que se paga al productor. Propiciamos el consumo responsable, donde el consumidor conoce de dónde viene el producto y no compra a empresas que explotan al colono y al tarefero”.

La Cooperativa Río Paraná fue creada en el año 1983 con el objetivo de fortalecer social y económicamente a los pequeños productores agrarios. Actualmente reúne a 100 familias agrícolas, que tienen un promedio de 5 hectáreas de yerba, ubicadas en las localidades de Los Helechos, Panambí, Campo Grande, San Vicente y San Pedro. “También está integrada por pueblos originarios, por guaraníes, lo que para nosotros es un privilegio, un verdadero privilegio poder contar con los dueños ancestrales de la tierra trabajando y compartiendo este camino de la yerba mate”, remarcó González.

### **CUALIDADES PARTICULARES**

El presidente de la entidad remarcó las cualidades del producto como una de las razones de la demanda en el mercado extranjero. “La yerba mate Titrayju se caracteriza por ser libre de agrotóxicos, estacionada naturalmente, secada en barbacuá, producida respetando los tiempos de la naturaleza y cosechada artesanalmente”, aseguró. “En esas condiciones enviamos la yerba, envasada y molida especialmente para hacer mate cocido, a Rusia”, agregó.

Los pequeños productores que componen la Cooperativa Río Paraná producen además azúcar integral, miel, mamón en almíbar, mermeladas, stevia molida y yerba mate compuesta con stevia, productos que se pueden encontrar en las ferias francas en distintas localidades de Misiones.

González expresó que “poder acceder a los mercados internacionales es un sueño hecho realidad”, y en ese sentido agradeció “al INYM por habernos llevado al World Food Moscú, que fue el evento que nos dio esta oportunidad, y al Movimiento Agrario de Misiones y a mucho otros que comparten este camino de responsabilidad social y de defensa del medio ambiente”.



# Innovando en viejos yerbales

**E**l Programa de Renovación de Viejos Yerbales, iniciativa que impulsa el Instituto Nacional de la Yerba Mate, generó, en sus primeros dos años de implementación, muchos más resultados que los esperados.

Es lo que reflejan los técnicos que coordinan las acciones de los siete grupos de diez productores que aceptaron el desafío de revitalizar la producción mejorando las técnicas de manejo de suelo y planta en una hectárea y dejando atrás, inhabilitadas, dos hectáreas para reemplazarlas por otro cultivo, todo con la confianza de lograr la misma o más cantidad de kilogramos cosechados.

El ingeniero agrónomo Hugo Sand es técnico del grupo Yermal Viejo, que reúne a productores de Alvear, Oberá, Los Helechos y Cerro Azul. “Son 10 productores que tienen yerbales sumamente antiguos, con más de 80 años, y que no superan más de los 2.900 kilos de rinde por hectárea por año. El primer año hemos plantado media hectárea y en este invierno hemos plantado la segunda media hectárea con yerba policlonal, o sea que hemos cumplido ya con los requisitos del programa 3 por 1 (nombre con el cual también se conoce el Programa de Renovación de Viejos Yerbales)”, dijo. “Ahora estamos definiendo qué plantar en las demás hectáreas, y una de las opciones es producir frutales para que el productor, su familia, sus obreros tengan todos los días del año frutas frescas”, agregó.

Preguntamos a Hugo Sand cómo fue el comportamiento de las nuevas plantas de yerba en suelos tan antiguos. “Podemos decir que muy bien, son de material genético muy bueno, también fueron plantas rústicas; los insumos siempre llegaron en tiempo y en forma, y hubo un gran compromiso en la preparación previa del suelo, a los efectos de poder acumular agua, para que el agua de lluvia pueda penetrar y después que eso sea un banco que suministre agua y nutrientes. Así

que creo que se ha logrado exitosamente este Programa”, manifestó.

Además del seguimiento de la evolución de las nuevas plantas y prácticas agrícolas, las chacras donde se implementa el Programa de Renovación de Viejos Yerbales también son el escenario propicio para observar otros indicadores que inciden en la cosecha y que deben ser atendidos.

“Llegamos a los yerbales con el plan 3 por 1, pero nos hemos dedicado y hemos visto muchos problemas más.. hemos visto yerbales que en gran parte fueron abandonados, fueron forestados con pino, y plantado, por ejemplo, pasto elefante. El colono transformó ese lugar en potrero y hoy nos encontramos que se ha retirado ese animal porque la yerba tiene un valor relativamente interesante y tenemos un problema: qué hacemos con el pasto elefante o el pasto jesuíta, que también fue plantado en yerbales?”, reflexionó Hugo Sand.

El agua es un tema transversal a todos, y en ese contexto los integrantes del grupo Yermal Viejo identificaron como aspecto a resolver la erosión hídrica y de suelo que se evidencia en los caminos vecinales de las chacras. “Hemos comprobado que el 50 por ciento del agua y suelo que se pierde con la erosión es a través de los caminos. Con esto te quiero dar una idea de que siempre hay problemas a solucionar...”, dijo Sand.

“Para revertir esa situación, estamos trabajando con los intendentes de la zona. La idea es que la chacra sea una esponja, que el agua se infiltre y luego surja de las vertientes naturales. Hoy si recorres las chacras, los caminos internos son perpendiculares a los arroyos y todo el agua que cae va a los arroyos, no se infiltra y arrastra tierra. Son millones de litros de litros de agua que se pierden y llega el verano y nuestros cultivos se enfrentan a un estrés hídrico”, explicó. “Estamos trabajando mal, el problema no es la topografía ondulada que tenemos. El problema es que hemos compactado tanto el suelo que se formó como si fuese un techo de zinc, cae el agua y escurre al arroyo... tenemos que volver a hacer una esponja”, manifestó concluyente Sand.

El Programa de Renovación de Viejos Yerbales está destinado a productores de hasta 10 hectáreas de superficie cultivada en estado de degradación, y cuyos recursos financieros provengan exclusivamente de lo generado en su chacra. Consiste en plantar una nueva hectárea de yerba mate de origen policlonal con la mejor tecnología existente, en un remanente de suelo de buena calidad, con insumos y asistencia que provee sin cargo (y con asesoramiento técnico) el INYM, con



**Hugo Sand**  
Técnico del Grupo Yermal Viejo

“ESTAMOS TRABAJANDO MAL, EL PROBLEMA NO ES LA TOPOGRAFÍA ONDULADA QUE TENEMOS. EL PROBLEMA ES QUE HEMOS COMPACTADO TANTO EL SUELO QUE CAE EL AGUA Y ESCURRE AL ARROYO... TENEMOS QUE VOLVER A HACER DEL SUELO UNA ESPONJA”



**Enrique Kuszko**  
Director en el INYM por el sector Producción

“SI EL PRODUCTOR NO ES EFICIENTE PRÁCTICAMENTE LO ESTAMOS SACANDO DEL CIRCUITO Y LA LEY DEL INYM HABLA DE LA SUSTENTABILIDAD DEL PRODUCTOR... Y PARA ESO ESTÁN LOS PROGRAMAS QUE TENEMOS EN MARCHA”

el asesoramiento técnico del INTA y redireccionando tres hectáreas improductivas de yerba mate, al cabo de cinco años de iniciado el proceso, por otra actividad agrícola, ganadera o forestal, adecuada a las condiciones del suelo.

Las experiencia se inició en el año 2012 en 50 hectáreas distribuidas entre 50 productores y continuó en el 2013 con 20 nuevos productores, completando cada uno de los colonos una hectárea con nuevas plantas de yerba mate de origen policlonal. Tendrá una duración inicial de 5 años, en cuyo transcurso el área técnica brindará la asistencia y está prevista la incorporación de más productores ubicados en nuevas áreas de la zona yerbatera.

El director del INYM, Enrique Kuszko, enfatizó la necesidad de dar continuidad a esta iniciativa. “Es importante el acompañamiento al productor que necesita un recambio a los viejos yerbales y lo que es suelos, creo que es prioridad número uno, porque si el productor no es eficiente prácticamente le estamos sacando del circuito y la Ley del INYM habla de la sustentabilidad del productor... y para eso están los programas que tenemos en marcha”, dijo en el marco de una reunión que se realizó en la sede de la Fundación Alberto Roth, en la localidad de Santo Pipo, para evaluar el Programa de Renovación de Viejos Yerbales, con integrantes de la institución yerbatera, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria; colonos yerbateros, profesionales técnicos de ambas instituciones y técnicos asesores de los grupos de productores del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones.



## Asegurar la inocuidad de la yerba

Una de las funciones del INYM es fiscalizar el cumplimiento de las normas creadas para fortalecer al sector, tarea que se realiza desde 2003.

El Área de Fiscalización verifica el estado de las plantas y de los procesos en los establecimientos existentes, las condiciones de recepción de la materia prima y la existencia de documentación que avale el ingreso de materia prima y libro de movimientos. Esta tarea es fundamental teniendo en cuenta la necesidad de contar con información sobre el estado en que se encuentran los distintos actores que intervienen en la actividad y mejorar las condiciones de manejo de la materia prima.

Este último punto es uno de los principales objetivos en 2014. “Se ha comenzado a visitar a los establecimientos con el fin de capacitar, aconsejar, y acompañar en todo lo que refiere al manejo de la yerba mate elaborada como producto alimenticio”, dijo Gerardo Vallejos, sub gerente del Área de Fiscalización del INYM. “Se considerarán el uso de manuales de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), realizándose auditorías programadas a establecimientos productores, secaderos, depósitos, y productos en góndola con el fin de controlar su calidad, análisis microbiológicos”.

Esta tarea, la de fiscalizar para asegurar la inocuidad de la yerba mate como alimento, se realiza en el marco de un convenio que firmaron el INYM y el Ministerio de Salud Pública de Misiones y que establece el cumplimiento del Código Alimentario Argentino.

Vallejos sostuvo que “en 2013 se han obtenido resultados interesantes que nos han hecho comprender el comportamiento del mercado y de los precios en cada zona visitada, como así también el liderazgo de los distintos productos terminados”. Durante el año pasado “se realizaron procedimientos de control en la zona productora (Misiones y Corrientes) y en el resto del país, dirigido a distintos operadores de la cadena yerbatera, se ha controlado estampillas (presencia y autenticidad) y realizado relevamientos de precios y tomas de muestras de producto”.

Las acciones de control fuera de la zona productora abarcaron Entre Ríos, Chaco, Formosa, Santa Fe, Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Mendoza, San Luis, Santiago del Estero, Salta, Jujuy, Tucumán, “cumpliendo más del 80 por ciento del objetivo planificado.



## Normativas vigentes

Las funciones del Área de Fiscalización del INYM están contempladas en el Artículo 4 de la Ley 25.564, en su inciso a) que expresa que debe “Aplicar y hacer cumplir las leyes, decretos reglamentarios y disposiciones existentes y las que pudieran dictarse relacionadas con los objetivos de la presente ley”; el inciso g) que establece “coordinar con los organismos competentes en materia alimentaria la ejecución de planes y programas relacionados con las buenas prácticas en lo referente a la producción, elaboración, industrialización, comercialización y consumo de la yerba mate y derivados”, y el inciso j) que estipula “crear registros para la identificación de la producción, elaboración, industrialización, comercialización de la yerba mate y derivados debiendo inscribirse en ellos, con carácter obligatorio los productores, elaboradores, acopiadores, molineros, fraccionadores, importadores exportadores, y cualquier otro participante de la cadena del negocio de la yerba mate y derivados”.

El INYM, a través de Resoluciones, establece las normativas que regulan y controlan la actividad Yerbatera, destacándose entre ellas:

- Resolución 49/02 de Reglamento de Cosecha y Reglamento de Secanza.
- Resolución 37/07 de Período de Cosecha.
- Resolución 54/08 de Registro de Operadores.
- Resolución 7/11 de Presentación de Declaraciones Juradas.

El incumplimiento de estas normas hará pasible al infractor de multas graduables, teniendo en consideración lo especificado en el título X de la presente Ley, que se refiere a las Sanciones.

La aplicación de estas sanciones se hará previa sustanciación del correspondiente proceso sumarial sustanciado por el INYM, conforme a los procedimientos establecidos en el Artículo 37 del Decreto Reglamentario 1240/02.



## Reconocimiento a productores

El Directorio del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) aprobó una iniciativa que establece reconocer a productores que se destaquen por aplicar prácticas de manejo de planta y suelo que contengan principios innovadores basados en condiciones de sustentabilidad.

La iniciativa, denominada “Buen Productor Yerbatero”, se orienta a distinguir aquellas chacras con plantaciones de yerba mate que puedan servir de modelos productivos, independientemente de la superficie, ubicación y nivel tecnológico o mecanización aplicada.

Los productores distinguidos serán propuestos por el Área Técnica del INYM y serán puestos a consideración de la Subcomisión de Producción y Secanza y luego serán evaluados por el Directorio de la institución.

Entre los aspectos a tener en cuenta para la selección, figuran ser un productor genuino, inscripto en los registros del INYM; poseer unidades productivas que contengan sistemas de manejos eficientes desde el punto de vista de los rendimientos, con una visión integradora de la planta, suelo, medio ambiente y que logren ser sostenidas en el tiempo; y permitir que esas unidades productivas puedan ser visitadas por otros productores, alumnos de escuelas agrotécnicas e integrantes del sector y difundir convenientemente los sistemas de manejo utilizados.

La iniciativa aprobada por el INYM establece que se otorgarán al menos seis reconocimientos por año, y los mismos consistirán en una plaqueta institucional. El primero en recibirlo (el 26 de diciembre de 2013) fue Mateo Froehlich, un agricultor de Ruiz de Montoya que se distingue por practicar producción agraria sustentable.



## Reconocimiento a estudiantes

Estudiantes de las Escuelas de la Familia Agrícola (EFA) San Bonifacio, de Aristóbulo del Valle, y San Antonio, de Azara, y del Colegio Antonio Biale, de Colonia Liebig, Corrientes, fueron premiados con un viaje a Puerto Iguazú por el INYM por trabajos de investigación presentados como parte del Programa de becas Estudiando con el Mate.

Los trabajos realizados por Ezequiel Bechmann, de la EFA San Bonifacio; de Jorge Soutus y Sergio Benítez, de la EFA San Antonio, y de Antonia Lorena Barreto y Alejandra Elizabeth, del Colegio Antonio Biale, fueron los mejores entre 200 presentados. Además fueron elegidos y premiados con un viaje a Posadas los segundos mejores trabajos.

El programa Estudiando con el Mate es impulsado por el INYM, a través de convenios con los Ministerios de Educación de Misiones y Corrientes, y con la Universidad Nacional de Misiones.

## Tecnología y energía, desafíos para secaderos

Representantes de 60 secaderos se reunieron en noviembre de 2013 en el Parque de las Naciones de Oberá, para conocer y debatir sobre el uso de nuevas tecnologías y la disponibilidad de materia prima para el secado y sapecado de la yerba mate.

Organizado por el INYM y el Ministerio de Salud Pública de Misiones, técnicos e investigadores expusieron sobre avances tecnológicos y legislación bromatológica actual en yerba mate, ante trabajadores del sector provenientes de puntos tan distantes como Andresito y Apóstoles.

“Actualmente, y luego de dos años de iniciado el apoyo del INYM, al menos el 50 % de los secaderos utilizan tecnología, en algún punto del secado, que permite usar chip en reemplazo de la leña”, dijo Sergio Delapierre, representante del sector Secaderos en el Directorio del Instituto, en referencia al plan de Tecnificación del Proceso de Secado.



- + de 17.000 productores
- + de 200.000 hectáreas cultivadas
- + de 650 millones de kilos de Hoja Verde \*
- + de 210 secaderos
- + de 110 molinos
- + de 250 millones de kilos de Yerba Mate\*
- + de 30.000 familias involucradas\*\*

*Más de lo que te imaginabas, no?*



Rivadavia 1515 - 2° Piso  
C.P. N 3300 LDC Posadas  
Tel/Fax: + 54-376-4425273  
Provincia de Misiones  
República Argentina  
[www.inym.org.ar](http://www.inym.org.ar)

\* Valores anuales promedio aproximados,  
\*\* directa e indirectamente, desde la plantación y cosecha hasta el punto de venta