



# BIEN NUESTRO

Publicación de distribución gratuita del Instituto Nacional de la Yerba Mate INYM / Año 2023 Nro 45 Posadas, Misiones

Dos eventos trascendentes tuvieron como protagonista a la Yerba Mate Argentina: MATEAR y el Mundial de Qatar. Por un lado, cientos de pequeños productores participaron de la feria más grande de Argentina y demostraron que el alimento no sólo es un paquete en góndola. Por otro lado, millones de hinchas conocieron la Infusión Nacional con la Selección y el mejor jugador del mundo, Lionel Messi.

## PASIÓN ARGENTINA





## SUMARIO

- 4** » **NUESTROS MERCADOS**  
El Mate que se viene. En MATEAR, más de cien expositores misioneros demostraron las bondades de la infusión y la innovación de los productos.
- 13** » **NUESTROS MERCADOS**  
La Yerba Mate Argentina en el mercado internacional. El desafío de los productores locales es diferenciarse, cuidar la calidad y la naturaleza.
- 16** » **NUESTRO MUNDIAL**  
El Mate en Qatar, otro éxito del Mundial. La Selección Argentina se quedó con la Copa y fue tapa de los diarios del mundo. Junto a los jugadores el Mate fue protagonista.
- 18** » **NUESTRA INICIATIVA**  
Con proyección nacional, el Mate en la Escuela cierra el ciclo 2022. El proyecto cerró el año con balance más que positivo.
- 20** » **NUESTRAS INICIATIVAS**  
"Araucaria" es la ganadora del Mate Rock y cumplirá el sueño de grabar un disco en los estudios Tierra Soñada.
- 21** » **NUESTROS PROMOTORES**  
Reconocimiento a Luis Landriscina por la difusión de la cultura matera. Durante su extensa carrera, el humorista siempre tuvo al Mate como fiel acompañante.
- 22** » **NUESTRA CIENCIA**  
¿El Mate tiene efecto sobre el cerebro?. Juan Ferrario, investigador del CONICET sostiene que sí.

**INYM**  
INSTITUTO NACIONAL  
DE LA YERBA MATE

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.

Rivadavia 1515  
Posadas, Misiones, Argentina  
+54 0376 4425273

**Contacto:** comunicacion@  
yerbamateargentina.org.ar

 @INYMArg  
 @inymarg  
 @inym.ar

### Directorio del INYM

#### Presidente

Juan José Szychowski

#### Vicepresidente

Ricardo Maciel

#### Gobierno de Misiones

Ricardo Maciel

Marta Cunha

#### Gobierno de Corrientes

Claudio Anselmo

María Herminda Gabur

#### Tareferos

Carmelo Paulo Rojas

Raúl Antonio Morinigo

#### Producción

Jonas Petterson

Claudio Hacklander

Nelson Dalcolmo

Antonio Airton Rodríguez Franca

Fernando Jorge Haddad

Carlos Luis Ortt

#### Secaderos

Alejandro Lucero

Myriam Isabel Tereszuk

#### Cooperativas

Denis Alfredo Bochert

Danis Luciano Koch

Gerardo Ramón Vallejos

Elían Genski

#### Industria

Germán Horrisberger

Joaquín Comas

Gerardo Daniel López

Guillermo Rousillion

## » EDITORIAL

# Extraordinario, en todo tiempo y lugar

**S**i hay algo que realmente nos llena de orgullo y satisfacción, es promocionar a nuestro Mate, a nuestra Yerba Mate Argentina.

Hay tantas razones como Mates para levantar esta bandera:

El hábito del Mate tiene origen en la Selva Paranaense con el pueblo Guaraní, hace más de 500 años, y hoy está presente en el 90 por ciento de los hogares del país y en más de 50 países del mundo, diversificándose en formas de consumo, afianzándose como un alimento natural que hace bien.

Es la bebida preferida de toda una Nación.

Cada vez somos más los materos: pasamos de consumir 5,90 kilos a 6,17 kilos de yerba mate por persona por año en el 2021.

La materia prima proviene de un árbol de la Selva Paranaense, *Ilex Paraguariensis*, cultivado en Misiones y el nordeste de Corrientes, y aunque sus hojas y ramas finas son sometidas a un proceso de deshidratación, preserva su condición de alimento sano y natural. Es decir, es un excelente alimento.

Tan extraordinario es que la ciencia ha confirmado que consumir Mate previene enfermedades metabólicas o degenerativas y tiene acción sobre enfermedades no transmisibles, preocupantes en todo el mundo, como la diabetes, afecciones cardiovasculares, obesidad e hipertensión.

En la actualidad, los artífices de tan extraordinario alimento son 15 mil cosecheros, más de 13 mil productores, 49 cooperativas, 197 secaderos y 102 molinos y molinos - fraccionadores, con sus respectivos empleados. Eso, en 209.277 hectáreas cultivadas en Misiones y nordeste de Corrientes.

Y de los casi 13.000 productores, 7.500 tienen menos de 10 hectáreas y 4.500 menos de 5 hectáreas cultivadas de yerba mate. Es decir, el 57% de los productores son pequeños. Esto es: arraigo rural.

Aquí es importante recalcar que a lo largo de toda su historia, con más de 120 años de cultivo sistemático, la yerba mate se caracterizó siempre por ser una actividad inclusiva y distributiva, generadora de

fuentes de trabajo en todos los estratos sociales (desde la cosecha hasta la industrialización) y dinamizadora de la economía en todos los pueblos de la zona productora (Misiones y nordeste de Corrientes).

Sobran motivos para celebrar a la Yerba Mate Argentina y al Mate.

El INYM, que en el 2022 cumplió 20 años de existencia, trabaja decididamente en fortalecer al sector, apoyando el arraigo rural, mejorando las condiciones de trabajo en toda la cadena yerbatera; sumando consumidores mediante acciones que garantizan la calidad del producto y la promoción en distintos ámbitos, dentro y fuera del país, poniendo en marcha iniciativas como el Mate Rock, el Mate en la Escuela, y MATEAR.

Todo esto, acompañado de acciones que buscan asegurar la sustentabilidad de las plantaciones de yerba mate, cuidando el ambiente, recuperando el agua, el suelo y las plantas, lo que imprime aún más excelencia a nuestro alimento.

MATEAR 2022, pensada para acercar a productores y consumidores, reunió a más de 100 expositores, de los cuales más de la mitad fueron emprendimientos familiares y cooperativos con sus marcas de yerba mate, muy variadas en composición y sabor, y los demás fueron emprendedores de accesorios, turismo y otros aspectos que hacen a una buena mateada. Fueron tres jornadas de visibilización del producto, que se complementaron con la inédita promoción que la Selección Nacional hizo de la Infusión al llevarla al Mundial de Qatar, con amplia repercusión mediática.

Por eso decimos que el Mate es mucho más que un hábito. Nos hace bien, sin importar la forma y el lugar donde lo disfrutemos.

La Yerba Mate nos apasiona.

El Mate es, sin dudas, pasión nacional.

» **JUAN JOSÉ SZYCHOWSKI**  
Presidente del INYM



## » NUESTROS MERCADOS

# El Mate que se viene

“La yerba es mucho más que un paquete en góndola”, sostuvo el presidente del INYM, Juan José Szychowski, al resumir MATEAR 2022, donde pequeños emprendedores lucieron sus productos, con un fuerte acento en el cuidado de la naturaleza y en la innovación.

“**F**ue una feria de excelencia por la variedad e innovación de productos, tanto en formas de consumir la yerba mate, como en diseños de packaging y de accesorios, y en tecnología aplicada a la tradición argentina”, destacó **Szychowski**. “Esto nos demuestra –continuó– que la yerba mate es mucho más que un paquete en góndola, no tiene techo, y nuestros emprendedores, en este caso la mayoría pequeños emprendedores, sorprenden con su vanguardia, con la determinación de producir en armonía con la naturaleza, de actualizarse y de posicionarse en el mercado cuidando la calidad”.

Fueron más de 100 los expositores en MATEAR, organizado por el INYM, entre el viernes 2 y el domingo 4 de diciembre de 2022 en La Rural, en la ciudad de Buenos Aires.

El tradicional mate “se actualiza cada vez más, tanto en accesorios como en la forma de consumirlo, y lo que vemos es que el público mayor continúa con el mate tradicional pero los jóvenes buscan nuevos productos y alternativas”, dijo **María Marta Oria**, subgerente de Promoción del INYM. “Hablamos de mezclas exquisitas que otorgan singulares sabores

y aromas, que transmiten buenas sensaciones al consumidor; de bebidas energizantes y refrescantes, de su incursión en el sector gourmet, con helados y bombones, y un mate que se calienta por conexión con USB y no lava la yerba”, agregó. Todo, “para mejorar la experiencia del consumo de nuestro alimento, preservando su característica de sano y natural que aporta beneficios a la salud”.

### Protagonistas

MATEAR fue pensada para acercar a productores y consumidores, fortaleciendo a los emprendedores en el mercado. En la edición 2022, fueron más de 100 expositores, de los cuales más de la mitad correspondió a iniciativas familiares y cooperativas con sus marcas de yerba mate, muy variadas en composición y sabor, y los demás, dedicados a accesorios, turismo y otros aspectos que hacen a una buena mateada. Su presencia fue posible con el respaldo económico del INYM, que puso a disposición el espacio físico en La Rural, y cubrió parte los costos de traslado de los productos y también de la estadía en la ciudad de Buenos Aires, evidenciando la de-



cidida línea de apoyo de la Institución a este sector.

MATEAR “nos da la posibilidad de conectarnos con distribuidores, puntos de venta y posibles exportadores del producto”, ponderó **Juan Carlos Domínguez**, de yerba mate Titrayjú, de secado barbacuá, elaborada por pequeños agricultores de Oberá.

Proyección. La mirada puesta en cómo expandirse. Así resumió su presencia en MATEAR el responsable de yerba mate **Vezná** (Apóstoles), **Nicolás Spaciuk**: “Este lugar nos brinda la posibilidad de negocios, pero además hemos tenido charlas con representantes del sector de Cooperativas y el INYM para avanzar en sellos, documentaciones, aplicaciones, todas herramientas necesarias para juntos poder hacer crecer nuestro producto”, concluyó.

La feria también reunió nostalgia. Fue el caso de yerba mate **La Hoja**, una marca creada hace más de 100 años (1894 en San Ignacio) por un empresa privada y que tras su quiebre, fue recuperada por los trabajadores, quienes formaron la Cooperativa de Trabajo La Hoja Limitada. “Una de las características más importantes de nuestro producto es su historia”, dijo **Iván Acuña**. “Todo el proceso de recuperación fue difícil, pero pudimos hacerlo y hoy el producto está muy bien posicionado en las góndolas. Ahora en MATEAR nos pasó que vienen los consumidores y recuerdan que esta marca la tomaban sus abuelos. Eso nos emociona... permanecer en el tiempo...”, contó.

**Yerba Progreso** es singular por su decidido apoyo a tareferos y productores. “Buscamos que se entienda que la participación de estos dos actores es fundamental en la cadena yerbatera, y en ese marco, dar valor agregado a través de nuestra cooperativa, fundada en el 2005, que trabajó primero con yerba cancha-

da y hoy, desde hace cuatro meses, tiene yerba mate elaborada”, graficó **Gerardo Freske**, Cooperativa Agrícola Kilómetro 16, de Oberá.

La marca **Mate Amos** se especializa en blends con yerba mate. “Combinamos el producto del nordeste argentino con plantaciones de la patagonia y el centro argentino, como rosa mosqueta, lavanda, peperina, manzanilla, entre otras, es decir le damos un toque de color, sabor y aroma al mate de todos los días, y también al tereré ahora en verano”, detalló su representante **Belén Avico**. Otra variante que ofrecen es el mate cocktail, con y sin alcohol: “tenemos las opciones Paradise, con rosa mosqueta, arándanos y manzana en jugo, y Jaguar, que representa a los Esteros del Iberá, con cardamomo, coriandro y canela”. También, “yerba tradicional, elaborada con palo, agroecológica, suave al paladar; yerba mate con chimi chay, bien argentino, dando un toque para maridar carnes y pensando en culturas como la de Marruecos y Dubai que acompañan el mate con especias; y yerba con cepas de vino, otra forma de consumirlo”.

La empresa **Susurro Nativo** también produce y elabora blend con yerba mate. “Se trata de un mix de yerba. Actualmente contamos con cuatro líneas, cada una con una función diferente. Hace apenas un año que estamos en el mercado y la aceptación que tiene el producto es excelente”, expresó el gerente **Daniel Candía**.

**Kaiwá** tiene apenas un año en el mercado. “Para nosotros MATEAR es muy importante, nos permite vincularnos con otros emprendedores y hacer conocer nuestro producto, de 18 meses de estacionamiento natural, con sabor suave; esto nos da la posibilidad de empezar a darle lugar a nuestra marca en el mercado”, expresó **Agustín Acuña**, impulsor de esta marca.

• Degustación, charlas, exposición en la Rural de Palermo.

» **MATEAR** fue pensada para acercar a productores y consumidores, fortaleciendo a los emprendedores en el mercado.



• Juan José Bahillo, Szychowski y el gobernador Herrera Ahuad estuvieron recorriendo la feria y visitando a los emprendedores.



• La feria reunió a autoridades nacionales y provinciales.



• Espacio de juegos para los más pequeños



• La vidriera. MATEAR acerca a productores y consumidores.

### Edición 2022

Con MATEAR se celebra el Día Nacional del Mate, en homenaje a **Andrés Guacurari**, quien fue gobernador del territorio misionero, promotor de la producción y comercialización de la yerba mate en el siglo XIX.

El acto de apertura fue el viernes 2 de diciembre con la presencia del gobernador de Misiones, **Oscar Herrera Ahuad**; el secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, **Juan José Bahillo**; el jefe de Gabinete, **Ricardo Welbach**; el ministro del Agro misionero, **Facundo López Sartori**; el presidente del INYM y los directores **Ricardo Maciel**, **María Herminda Gabur**, **Claudio Marcelo Hacklander**, **Danis Koch**, **Nelson Dalcolmo** y **Jonas Petterson**.

El INYM estuvo presente con degustaciones de mate frío con cítricos y el frozen (helado), el proyecto Mate en la Escuela, charlas sobre cómo trabaja la Institución, y el espacio “Mateando.. y pensando juntos: ¿Cómo fortalecer el abastecimiento del mercado de productos diferenciados”, que reunió en un diálogo a empresarios, elaboradores de yerba mate y nuevos productos y directivos del Instituto

» MATEAR celebró el Día Nacional del Mate, en homenaje a **Andrés Guacurari**, gobernador del territorio misionero y promotor de la producción.

para identificar de qué manera trabajar en conjunto para fortalecer la presencia del producto en el país y en el mundo.

Se concretaron además las charlas “Ciencia, Mate y Cerebro. Pasado y Presente en la Investigación en Yerba Mate. Qué le pasa a tu cerebro cuando tomas mate”, con **Juan Ferrario**,

- Lapacho Rosa. Producto con impronta femenina.



investigador del CONICET y docente de Exactas UBA; “La importancia de la yerba mate en el desarrollo regional”, con **Avelina Vizcaychipi**, profesional en turismo y coordinadora del proyecto turístico cultural “Camino Mesopotámico Argentino”; e “Innovación”, con representantes de las empresas Origen, Fidel y Mate & Co, sobre desarrollos de bebidas y nuevos productos en base a yerba mate.

Para los amantes del fútbol, se dispusieron pantallas gigantes a través de las cuales se pudo disfrutar de los partidos del Mundial Qatar 2022.

Con entrada gratuita, contó con amplios Patios Materos, espacio de juegos para los más pequeños denominado "mate kids", el sector gastronómico con productos para acompañar las rondas materas; el Ministerio de Turismo de Corrientes y Misiones, y la Ruta de la Yerba Mate, entre muchos otros atractivos.

- Expositores relacionados al sector como La Estancia y Romance participando en MATEAR.



## » Lapacho Rosa, de cumpleaños en MATEAR

Hace dos años, el Día Nacional del Mate, la emprendedora **Valeria Nahirñak** recibió la confirmación de que podía registrar la marca **Lapacho Rosa**, un producto cuidado hasta en los mínimos detalles, con una destacada impronta femenina y ambiental, que suma adeptos día a día.

El cumpleaños número 1 de la marca se celebró en MATEAR 2022. “Ya habíamos intentado registrar otras marcas y ninguna era posible hasta que el 30 de noviembre del año pasado nos confirmaron vía mail que podíamos registrar Lapacho Rosa”, recordó Nahirñak. ¿Por qué ese nombre? “La idea surgió mirando nuestro yerbal, en un predio de 8 hectáreas donde hay un Lapacho gigante desde hace más de 40 años, y cuyo árbol, a pesar de los trabajos con máquinas que se hicieron allí, nunca fue derribado, se mantiene en pie”, contó.

Lapacho Rosa es una empresa familiar. “Trabajo junto a mis padres y también dos hermanas, en Apóstoles. Tenemos secadero propio, donde elaboramos nuestra yerba y también prestamos servicio de secanza a otros productores. Realizamos una secanza tradicional a cinta, usando hornos hechos de barro y leña de eucalipto, cuidando, desde la recepción de la hoja verde hasta su primer molienda o canchado, los tiempos de secado, obteniendo una de canchada sin humedad y de buen aroma”, explicó. Luego sigue el etiquetado, con datos del secadero y fecha correspondiente, y el estacionamiento de 24 meses de forma natural, “donde también ponemos mucho cuidado para obtener una molienda suave, con buen sabor”, agregó.

Apasionada y comprometida con la incipiente iniciativa, Nahirñak destacó que son reiterados los mensajes de consumidores que destacan la calidad del producto.



## » Mate & Co., con yerba de pequeños agricultores, y compromiso social y ambiental

El producto gourmet se abre paso, generando “una cadena de producción federal y sustentable”, explica en las siguientes líneas uno de sus impulsores, **Martín Vijnosky**:

### ¿Por qué Mate & Co es un producto distinto? ¿Qué ofrece?

Mate & Co. buscó, desde el comienzo, brindar una experiencia completamente distinta en relación a lo que ofrecía el mercado en cuanto al consumo de la yerba. Por eso, creamos blends a base de yerba orgánica de molienda especial con 18 meses de estacionamiento y la combinamos con productos 100% naturales. El packaging también fue completamente innovador, trabajamos con envases distintos a lo que ofrecía el mercado de la yerba mate, y con productos amigables con el medio ambiente, como por ejemplo bolsas compostables. A medida que nuestros clientes fueron esperando más innovación, ampliamos nuestra cartera de productos y hoy contamos con toppings (mezclas de hierbas, flores y especias para agregar a la yerba), blends de yerba en saquitos (para tomar infusionados en taza), y accesorios mates (bolsos mates, mates, bombillas, etc.)

### ¿Podríamos decir que es yerba mate gourmet?

Sin dudas, Mate & Co. es la expresión más gourmet de la yerba mate. Usando de base una yerba especialmente diseñada de molienda gruesa, sin palo, orgánica, estacionada naturalmente 18 meses, logramos un producto

» **Mate & Co. es una de las expresiones más gourmet de la yerba mate, especialmente diseñada a base de molienda gruesa.**

suave y de muy alta calidad. A esta yerba la combinamos con productos 100% naturales, sin uso de esencias ni saborizantes. Hoy contamos con 9 blends que ofrecen una gran variedad de sabores.

### ¿Por qué y cómo decidieron incursionar este aspecto con la yerba mate?

Notamos una creciente tendencia de productos gourmet, saludables y de muy alta calidad en varios productos como el té o el vino, pero la yerba mate todavía seguía muy estática, ofreciéndose en los mismos formatos y calidad.

Antes de salir al mercado, estudiamos mucho sobre la yerba y notamos que el grado de innovación en Argentina era muy bajo, mientras que en el resto del mundo ya se ofrecían varios productos a base de yerba en diferentes formatos, enfocados en sus bondades para el organismo y su capacidad de ser un estimulante natural.

### Una de las características es que la materia prima es de pequeños agricultores de Oberá. ¿Es así? ¿Por qué eligen esta fuente de materia prima?

Mate & Co. es una empresa con mucha conciencia, no sólo con los consumidores, sino también con el medio ambiente y la comunidad. Por eso trabajamos desarrollando pequeños productores, que además pasan a ser socios estratégicos que entienden nuestras necesidades, y se comprometen en generar productos de la más alta calidad. Al ser orgánicos, su producción además tiene como base el desarrollo sustentable. Nos enorgullece poder dar trabajo a pequeños productores y generar una cadena de producción federal y sustentable.

Además de Vijnosky, la empresa es administrada por **Marcela de Loredo** y **Jimena Iona Corchuelo Blasco**.





## » Origen, inspirada en la historia y con impronta innovadora

Con la certeza de que solo podremos empezar el día si primero disfrutamos de un buen mate, esta marca rinde honor a los primeros productores, con el secado barbacuá, e incursiona el mercado con la bebida **Yará**, a base de yerba mate.

**Lucas Torres**, uno de los fundadores, nos brinda más detalles:

### ¿Cómo se define, presenta, la yerba mate Origen?

**Origen** es una yerba mate de calidad premium, desarrollada bajo los más altos estándares de calidad y responsabilidad.

De sabor intenso, con tonos ahumados y un leve amargor, nace inspirada en el trabajo y la pasión de los antiguos productores de yerba mate.

Nuestro producto es el resultado de la cuidadosa selección de materias primas, el tradicional secado barbacuá y el prolongado estacionamiento natural.

Es la opción ideal para quienes buscan el sabor tradicional y las propiedades energizantes y antioxidantes de la yerba mate.

### ¿Dónde y cómo se produce y elabora?

Se produce en Concepción de la Sierra, en la zona Sur de la provincia de Misiones.

El proceso de secado es Barbacuá y luego se estaciona por 18 meses de forma natural.

### ¿Por qué eligieron esta frase para promocionar el producto?: “Preparo unos mates, luego existo”

Creemos que el mate es parte de nuestra identidad, de nuestras costumbres y no puede faltar en nuestra rutina diaria.

El mate es la manera de empezar el día, es una compañía, es la excusa para las charlas, es sinónimo de compartir, por eso lo ponemos

en esa frase “un tanto exagerada y graciosa” pero muy cierta para nosotros y para nuestros consumidores.

Primero preparamos mate y después lo demostremos.

### Incursionan el mercado con bebida a base de yerba mate. ¿Desde cuándo? ¿Cómo surgió esta idea?

Yará, nuestra bebida de yerba mate siempre estuvo dentro de nuestro plan de negocios, sabíamos que en el país de la yerba mate tenía que haber una bebida lista para tomar como las hay en muchas partes del mundo.

Trabajamos mucho para lograr un producto que realmente tuviera las características que nosotros buscábamos, sobre todo en cuanto al proceso productivo.

Es por eso que luego de 2 años de desarrollo pudimos lanzar Yará al mercado.

### Si alguien no conoce este producto, ¿qué le diría para convencer de que elija Yará?

Antes que nada, Yará es la única bebida de yerba mate en el mundo elaborada a partir de una infusión real de yerba mate. Esto hace que realmente tenga sabor a yerba mate porque contiene la misma proporción de yerba mate por litro que una infusión tradicional.

Además de eso, es una forma mucho más amigable y simple de tomar mate en distintas ocasiones, donde quizá no tenemos el mate a mano. Por ejemplo, en un almuerzo o luego de realizar actividad física.

Y por último, Yará cuenta con múltiples propiedades nutricionales como ser un estimulante natural del sistema nervioso, antioxidante, fuente de vitaminas (A, B2, B12, C, D, E), es protector cardiovascular y es muy consumido entre los deportistas ya que estimula la recuperación muscular.

» Yará es una yerba mate de calidad premium, desarrollada bajo los más altos estándares de calidad y responsabilidad.

# Abrirse paso en un mercado cada vez más exigente

**C**oordinado por el INYM, representantes de más de 20 emprendimientos y cooperativas de yerba mate compartieron una jornada de diálogo sobre cuáles son los desafíos que enfrentan para posicionar el producto diferenciado en un mercado, tanto nacional como internacional, que demanda alimentos obtenidos con compromiso social y ambiental.

“A la hora de competir, los pequeños y medianos (productores) tienen muchas desventajas porque carecen de experiencia y estructura, pero tienen una fortaleza y es el modo y el lugar donde producen: con selva, ríos, de manera artesanal en muchos casos y en forma cooperativa. Eso hay que potenciar, salir a mostrar. Es decir: somos únicos en el mundo en producir en estas condiciones,” sostuvo **Jonas Petterson**, director por la Producción en la Institución.

El objetivo del encuentro, en MATEAR 2022, fue socializar e identificar los problemas, desafíos y el anhelo de los emprendedores y cooperativistas en la tarea de expandir el producto en un mercado cada vez más exigente ambiental y socialmente.

“El desafío es diferenciarse, cuidar la calidad, seguir trabajando con la agroecología y contar con un sello que certifique tanto el cuidado de la naturaleza como todo el trabajo que hay detrás del paquete”, se escuchó entre los presentes. “Hace falta innovar y unido a lo anterior, hacen falta establecimientos



• Mate Amos

**“A la hora de competir, los pequeños y medianos (productores) tienen muchas desventajas porque carecen de experiencia y estructura, pero tienen una fortaleza y es el modo y el lugar donde producen”.**

**Jonas Petterson**, director por la Producción del INYM

orgánicos certificados y asesoramiento técnico”, agregaron más emprendedores. “Tenemos un alimento funcional, productores que apuestan a la agroecología y a lo orgánico, mantenemos una producción cooperativista” y “necesitamos generar entre nosotros un apoyo para afrontar los costos y para educar al consumidor”, fueron, entre otras, parte de las opiniones expuestas.

Durante el encuentro, el INYM presentó líneas a desarrollar, como ser la tipificación de la yerba mate, la identificación de nichos de mercado, la puesta en marcha de **AYMA** (American Yerba Mate Association) para certificar las cualidades benéficas para la salud que tiene el producto, y el sello de “Indicación Geográfica (IG) Yerba Mate Argentina”, que



• Jornada de diálogo en MATEAR. Un espacio que reúne a emprendedores yerbateros.



• Mates El Tero

vincula estrechamente la calidad e identidad del producto con las características propias de la región yerbatera que integran las provincias de Misiones y Corrientes.

“El 99 por ciento de los participantes expresó el anhelo de exportar el producto”, señaló **María Marta Oria**, responsable del área de Promoción del INYM. “Esto es muy auspicioso, porque indica el espíritu superador que tienen nuestros emprendedores y cooperativistas”, agregó.

“Este diálogo fue el primer paso; la idea es apoyarlos en la producción sustentable y en el camino de la comercialización, que no es otra cosa que el resumen de todo el circuito: desde la planta hasta la industrialización, y por lo tanto, el sustento de miles de familias yerbateras”, dijo Petterson. “También, respaldar el asociativismo, una herramienta importantísima en este contexto”, explicó el director.

Además de los nombrados, por el INYM participaron el presidente del INYM, **Juan José Szychowski**; los directores **Nelson Dalcolmo**, **Danis Koch**, y **Claudio Marcelo Hacklander**; y la magister **Verónica Scalerandi**, jefa del Área Técnica.

En cuanto a marcas de yerba mate, estuvieron representantes de **La Obereña**, **Origen**, **Guayaki**, **Progreso**, **Fidel**, **Vezná**, **Titrayjú**, **Jesper**, **Grapia Milenaria**, **Yerbal Viejo**, **Mate Rojo**, **Lapacho Rosa**, **Flor de Jardín**, **Hoja Verde**, **Fidel**, **Dulce Beso**, **Mate Amos**, **Mate & Co.**, **Tyga**, **Araí**, **Indumar**, entre otros.



• Peabody



• Yerba mate Secadero



## Valor agregado, desafío para productos originarios como la yerba

“**S**orprende y alienta la cantidad de nuevos productos con yerba mate que buscan abrirse paso en el mercado global”, sostuvo **Denis Bochert**, director por Cooperativas en el INYM, tras participar, junto a **Gerardo López** y **Fernando Haddad**, representantes de la Industria y de la Producción en la institución, en el evento Marketing + Industria 4.0 Sumar Valor para Competir, organizado por el Ministerio de Industria de Misiones.

Luego de ponderar la jornada orientada a incentivar la innovación para expandirse en el mercado, Bochert recaló que la mayor parte de los paneles en el evento fueron sobre nuevos productos con yerba mate. “Se presentaron al menos tres desarrollos innovadores con la yerba mate: la bebida energizante **Wild Iguar**, que se comercializa en Estados Unidos; blends de **Susurro Nativo**, que ahora también van a incursionar en Uruguay, y yerba mate saborizada y compuesta de **CBSé**. También, quemadores de biomasa para el secado”, detalló.

El evento se realizó el 7 de diciembre en la Ex Estación de Trenes de la Costanera de Posadas, con la asistencia de empresarios e integrantes de la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines, la Asociación Misionera de Marketing, la Cámara de Mujeres Empresarias, y la Cámara de Comercio e Industria de Posadas, entre otros.

“Si bien tenemos un negocio gigantesco y cómodo, en el sentido que seguimos haciendo el producto con palo, y son millones y millones de kilos que se venden, la yerba mate hoy está expuesta a la competencia de un montón de sustitutos. Entonces, es tiempo de anticiparse a posibles cambios”, dijo por su parte **Silvio Leguía**, presidente de la Asociación Misionera de Marketing, quien expuso el

• Evento Marketing + Industria 4.0 Sumar Valor para Competir en Misiones

tema “Benchmarking entre industrias: qué puede aprender la yerba de la experiencia del vino y el té sobre agregado de valor”.

En ese sentido, Leguía opinó que “todavía hay cierto camino por recorrer” para que la yerba mate se diferencie. Observó que es preciso comunicar y educar al consumidor para que conozca más y pueda diferenciar los distintos tipos de yerba mate: “Tenemos que empezar nosotros como consumidores a esforzarnos por conocer la denominación de origen de una yerba de campo de una de monte, o de un tipo de secado; tener esa gimnasia, ese ejercicio, nos va a dar la habilidad sensorial para después exigir un determinado producto y buscar la marca que me ofrezca este tipo de producto”.

Leguía explicó que alcanzar el posicionamiento del producto por la diferenciación “es un proceso y requiere de un círculo que se tiene que retroalimentar entre la industria y el mercado; o sea la industria tiene que informar más al consumidor y el consumidor exigirle más a la industria”. Subrayó que “no hace falta ir a cuestiones complicadas, sofisticadas. Pregunto simplemente: ¿hoy el consumidor sabe diferenciar una yerba de Apóstoles de una de Andresito?, o ¿sabe el consumidor de las propiedades benéficas que tiene para la salud? Tomamos mate por tradición, que está muy bien, pero además podemos tomar mate porque nos hace bien o porque identificamos y elegimos entre una yerba de campo o de monte, o de secado tradicional o barbacuá, o por la historia que hay detrás”.

“Hoy sobran ejemplos de cómo crece el consumo consciente”, manifestó el experto, reforzando sus conceptos. “La gente necesita conocer el producto y que las marcas se comprometan en algo, que haya una causa atrás, una causa ambiental o social. Dentro de eso hay un montón de categorías del producto, donde hay un movimiento hacia lo orgánico, hacia lo natural, a preguntarse sobre cómo se cultiva, cómo se cosecha... Hay países más evolucionados en esto que la Argentina, como Alemania, más exigentes, y eso se lleva a nivel producto, la gente quiere saber qué es esto que estoy tomando”.

Finalmente, expresó que “cuando tomamos mate, lo que hacemos es vivir una experiencia; es decir, es todo el ritual y todo lo que sucede alrededor de esa mateada... transmitir eso al resto del mundo es un gran desafío”.

## » NUESTROS MERCADOS

# La Yerba Mate Argentina en el mercado internacional

“**S**e destaca el crecimiento de las ventas a mercados externos de los productos derivados de diversos procesos industriales, que generan concentrados de yerba mate”, indica el informe Cadena de Valor Regional de la Yerba Mate, realizado por **Patricia Parra**, publicado en la revista Alimentos Argentinos, N 81, con fecha Diciembre de 2022, de la Secretaría de Ganadería y Pesca de la Nación, dependiente del Ministerio de Economía de la Nación, en la sección Contexto Internacional Exportaciones. “Si bien el orden de magnitud de las exportaciones de estos productos es inferior al de la yerba mate, se observa que en 2012 representaron el 2,7%, en 2021 la relación ascendió a 10,8% calculados en valor”, agrega.

Se trata de bebidas a base de yerba mate que, de acuerdo a datos del Consejo Federal de Inversiones, se han multiplicado también en diversidad de marcas en la Unión Europea, sumando consumidores en España, Alemania, Francia, Países Bajos y el Reino Unido, por tratarse de un alimento sano, natural, energizante, con antioxidantes y otras propiedades.

Estados Unidos es otro de los destinos donde se visibiliza un marcado interés por productos derivados de yerba mate, con la singularidad que se evidencia un sostenido crecimiento de exportaciones de este producto.

“Desde que se comenzó a exportar, nunca bajó el volumen enviado a Estados Unidos, ocupando hoy el quinto lugar de destinos”, destacó **María Marta Oria**, subgerente de Promoción del INYM, al tiempo que contó que “el INYM está trabajando junto a American Yerba Mate Association para sumar consumidores” en aquel país. Como primeros resultados de esta acción, dijo, “se destacan informes que indican que la salud y el bienestar son las industrias con mayor potencial de crecimiento, principalmente en lugares como Nueva York



y Miami, donde la yerba mate podría posicionarse como un súper alimento”.

Actualmente hay al menos 50 mercados abiertos para la exportación de Yerba Mate Argentina.

En el año 2021, Siria y la categoría “Sin determinar” (territorios de América, Asia, Europa, África y Oceanía) concentraron el 75,5% del valor exportado. Al mismo tiempo, Chile fue el destino del 16,4% de la yerba mate argentina vendida a mercados externos, destaca la publicación de la Secretaría de Ganadería y Pesca de la Nación.

En ese marco, en los últimos días de diciembre de 2022, los directores del INYM por el sector Producción, **Jonás Petterson**, **Nelson Dalcolmo** y **Marcelo Hacklander** participaron de la presentación del “Plan Nacional de Promoción de Exportaciones 2023”, en la Cancillería Argentina.

• En Cancillería. Los directores Nelson Dalcolmo, Jonas Petterson y Claudio Marcelo Hacklander con el embajador de Marruecos en Argentina, Fares Yassir.

“**Desde que se comenzó a exportar, nunca bajó el volumen enviado a Estados Unidos, ocupando hoy el quinto lugar de destinos”.**

**María Marta Oria**, subgerente de Promoción del INYM



● Destino internacional. La yerba mate se muestra al mundo.



» El Plan 2023 contempla la realización de 305 acciones de promoción comercial externa: 130 ferias internacionales y 80 misiones comerciales.

El Plan 2023 contempla la realización de 305 acciones de promoción comercial externa, incluye 130 ferias internacionales, 35 rondas de negocios, 80 misiones comerciales y 60 acciones de posicionamiento sectorial.

Durante el 2022 se registró un considerable incremento de los embarques de yerba mate, ya que al cierre de noviembre se exportaron 37,6 millones de kilos; es decir un 18% más que durante el periodo enero - noviembre de 2021.

#### Trabajo de promoción

En diversos puntos del mundo, el INYM promociona la Yerba Mate Argentina:

##### ● París:

La Infusión Nacional estuvo, en octubre de 2022, en la mayor feria agroalimentaria del mundo, la **Sial París 2022**. El respaldo de la Cancillería Argentina al producto de la tierra colorada, y una convocante charla con degustación, caracterizaron las jornadas, jerarquizando el trabajo del INYM y de diez cooperativas y empresas que buscan afianzarse en el mercado internacional.

“En el marco de la mayor feria alimentaria mundial, la SIAL 2022, participamos en París de un encuentro de posicionamiento de la yerba mate nacional y sus productos derivados”, tuiteó el 16 de octubre, **Guillermo Merediz**, subsecretario de Comercio e Inversión de Cancillería, junto a una foto con los directores por la Producción del INYM, Jonas Petterson y Claudio Marcelo Hacklander, tras acercarse personalmente al evento y compartir, además de charla con los expositores, la degustación que ofreció la sommelier **Carolina Vincenzo**.

##### ● Estados Unidos:

La Yerba Mate Argentina también fue promocionada en **Fancy Food Show**, en junio de 2022, en Nueva York, Estados Unidos. “Venimos a mostrar al mundo qué hacemos y cómo lo hacemos, destacando que la industria argentina trabaja con los más altos estándares de calidad y con normas de certificación internacionales”, destacó **Germán Horrisberger**, director de la Industria en el INYM.

Fueron once las empresas que respondieron a la convocatoria efectuada por el INYM, a partir de la invitación formulada por la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. Generaron mucho interés de parte de los visitantes los productos diferenciados como las yerbas gourmet y las que cuentan con certificación orgánica.

##### ● Dubai:

Interés por el origen del producto y un gran potencial para el crecimiento del mercado de Medio Oriente. De esta manera se resume el muy positivo balance que registró la presencia de la Yerba Mate Argentina en la feria **Gulfood Dubai**, en febrero de 2022, y se repetirá en igual mes de 2023, en Emiratos Árabes Unidos.

“En Medio Oriente están muy interesados por el origen de la yerba mate, por todo el proceso productivo que empieza con la cosecha”, comentó **Rubén Alvez**, representante de los Trabajadores Rurales en el INYM.

La importancia de esta feria radica en su cercanía con Siria; país que concentra el 80% de los embarques y constituye el principal destino de exportación de la yerba mate argentina.



● **En Chile:**

En septiembre de 2022, 14 empresas y cooperativas de yerba mate participaron, con apoyo y junto al INYM, en **Food and Service**, en Santiago de Chile, en Chile.

La primera jornada contó con la presencia del embajador argentino en ese país, **Rafael Bielsa**.

El mercado chileno, dijo María Martha Oria, sub gerente de Promoción del INYM, “se muestra en franco crecimiento en cuanto al consumo de nuestro producto, y creemos además que hay espacio para desarrollar por ejemplo categorías como orgánicos, gourmet, blends y bebidas a base de yerba mate”.

El 29 de septiembre, en la Embajada Argentina en Santiago de Chile. Por espacio de dos horas, junto al embajador Bielsa, el vicepresidente del INYM, **Ricardo Maciel**, Directores de la institución y representantes de las empresas y cooperativas yerbateras, se presentó el producto a agentes de comercio y a medios de comunicación.

● **En España:**

Para consolidar el consumo en España y extender el mercado hacia el continente europeo, una comitiva integrada por el INYM y nueve establecimientos yerbateros participaron de la Feria Alimentaria Barcelona 2022, en abril de 2022.

“La feria abre sus puertas después de dos años y encontramos mucho interés en el consumo por parte de la comunidad, como también de los empresarios vinculados al sector de los alimentos”, destacó el vicepresidente del INYM, Ricardo Maciel.

» Las cooperativas y empresas presentes en los eventos nombrados fueron Kraus; Cachay S.A.; Cooperativa Agrícola de la Colonia Liebig Ltda; Establecimiento Santa Ana S.A.; La Cachuera S.A.; Hreñuk S.A.; Mate and Co S.A.; Productores de Yerba Mate de Santo Pipó SCL.; Yerbatera Hoja Verde S.R.L; y Cultivate la Buena Vida; Cooperativa Agrícola Mixta de Monte Carlo; Yerba Mate Origen; Cooperativa Productores de Jardín América; Gerula S.A. y Guayaki.



## » NUESTRO MUNDIAL

# El Mate en Qatar, otro éxito del Mundial



Eric Dier

Antoine Griezmann

Cristiano Ronaldo

Neymar

Paul Pogba

Los argentinos están de parabienes, no solo por el extraordinario desempeño de la selección nacional en el Mundial de Fútbol de Qatar sino también porque uno de sus productos emblemáticos, el Mate, que es Infusión Nacional, se hizo conocer aún más junto a imágenes de notables jugadores como **Lionel Messi** que fueron viralizadas y ocuparon espacio en uno de los diarios más importantes del mundo, el New York Times.

“Equipaje esencial para Argentina en la Copa del Mundo: 500 kilos de yerba mate”, tituló el New York Times después de la victoria de la Selección ante Países Bajos.

Es que el equipo argentino, al igual que el de Uruguay y Brasil, desembarcaron en el país del Continente Asiático con yerba mate, de distintas marcas, en sus valijas. Tras varias fotografías que se viralizaron mostrando a los jugadores disfrutando de la infusión, el periodista **James Wagner** se ocupó de visibilizarlo en el New York Times, detallando que los argentinos llevaron 500 kilos del producto, los brasileños 12 kilos y los uruguayos 240 kilos.

“La devoción del equipo (argentino) por la bebida era evidente cada vez que descargaba el autobús de su equipo, y después de los partidos, un puñado de jugadores realizaba los imprescindibles del tradicional mate: una copa hecha con una calabaza hueca, su pajita de acompañamiento y un termo con agua caliente”, explicó Wagner en la nota periodística, destacando al Mate como un elemento de unión entre los jugadores.

## Leo, capitán también en la mateada de la Selección

» Lionel Messi tenía apenas 13 años cuando dejó su Rosario natal para comenzar la carrera como futbolista en el equipo del Club Barcelona, en España, y en ese viaje, además de los sueños, viajó también el Mate argentino, un compañero presente hasta hoy día en su cotidianeidad, que incluye los vestuarios de los estadios de fútbol.

### ¿Cómo es el ritual del Mate con sus compañeros de la Selección en cada concentración?

“Lionel Messi es fanático del Mate. Lo consume como parte de su desayuno, en el vestuario del PSG junto a sus compañeros y también por las tardes junto a Antonela Rocuzzo y sus hijos Thiago, Mateo y Ciro”, revela una nota publicada por TN, titulada “Los secretos de Lionel Messi para hacer el mate ideal: termo de \$6000 y yerba uruguaya”.

Para el ya histórico jugador, “el secreto de esta infusión es que se tome bien caliente y amargo. Nada de azúcar, edulcorante u otros agregados. Yerba, agua y a disfrutar”, se lee en el escrito.

Seguidamente, explica: “Rodrigo De Paul reveló en una nota: A la mañana nos levantamos muy temprano y siempre tomamos mate. Aunque otro se levante temprano, no puede venir, es una costumbre. Empezamos Leo, Papu Gómez, yo, después aparece Fide Di María, después Lea Paredes, Gio Lo Celso y último Nico Otamendi. Tiene que ser ese el orden.

### ¿Los mates de Messi no son tan buenos?

En esa misma entrevista en Star+, De Paul dijo: El enano (Messi) mejoró mucho con los mates. Antes se cansaba un poco, no le daba tanta dinámica. Entonces un día le dijimos con el Papu: ‘¿Y, Leo? hoy te hacés esos lavaditos’. Ahí medio que se fastidió, ja. Pero, de ahí, terrible los mates”.





• Los argentinos Di María, Messi y Paredes son fanáticos del mate

### “Equipaje esencial para Argentina en la Copa del Mundo: 500 kilos de yerba mate”

» Esta bebida a base de hierbas es muy apreciada por los jugadores sudamericanos, que la han llevado por todo el mundo, incluso a Qatar”. Con ese título y el párrafo siguiente, el periodista James Wagner publicó, el 17 de diciembre de 2022, en el New York Times, uno de los diarios más consultados del mundo, sobre la costumbre de tomar Mate, presente entre los jugadores de la Selección Nacional en Qatar.

“Lo bebo más que nada para unirnos”, sostuvo el mediocampista **Alexis Mac Allister** al ser consultado.

A la par, se registraron y compartieron cientos de fotografías y videos de hinchas de todo el mundo tomando la tradicional infusión por las calles de Doha.

Pero además, son muchos los deportistas de otros equipos que consumen el Mate. Por ejemplo, **Eric Dier**, jugador de la selección de Inglaterra, se hizo viral luego de que mostrara que llevó un set de mate al Mundial. “Es una adicción”, dijo.

Por eso decimos que el domingo 18 de diciembre, al igual que en los partidos anteriores, la yerba mate ingresó al estadio y al campo de juego con los hinchas y con jugadores materos. Nos gusta decir entonces que fue parte de la final de la Copa 2022 en el estadio Lusail en Qatar, no solo de la mano de los argentinos, sino también de los franceses, ya que **Antoine Griezmann** es un consumidor de yerba, se lo puede ver en los estadios acompañado con termo y mate. Nos gusta decir que la Yerba Mate Argentina acompañó decididamente cada uno de los goles de la celeste y blanca, haciendo patria, levantando en lo más alto la bandera nacional.

» Durante el Mundial de Qatar se registraron y compartieron cientos de fotografías y videos de hinchas de todo el mundo tomando mate en Doha.



## » El “gol” de Titrayjú

La marca Titrayjú hizo su presentación en el Mundial de Fútbol de Qatar.

Originada en Oberá, y con el empuje del Movimiento Agrario de Misiones (MAM), Titrayjú reivindica sus orígenes. Cuenta con el certificado de comercio justo y tiene como objetivos asegurar la cadena de producción y venta, la búsqueda de la seguridad alimentaria, el cuidado ambiental y frenar el éxodo rural.

Sorpresivamente, en pleno desarrollo de la Copa del Mundo, a través de su Facebook se comunicó que la yerba elaborada por los pequeños productores estaba presente en los estadios, junto a nativos de aquellas tierras, alentando a la Selección Nacional, constituyéndose esa acción en un verdadero “gol” en el mundo comercial yerbatero.

Por otra parte, unos meses –en agosto– antes se conoció que la Cooperativa Río Paraná Limitada, integrante del MAM, inició un proceso de exportación de Titrayjú a España, con dos cargamentos destinados a la ciudad de Barcelona.

“Estamos contentos y seguiremos trabajando con el compromiso de siempre, garantizando trabajo digno y precios justos para los tareferos y productores y manteniendo la excelencia de la calidad de nuestra yerba mate: sin agrotóxicos, todo natural y saludable, con secado barbacuá y más de un año de estacionamiento”, manifestó **Mabel Acosta**, gerente comercial de la Cooperativa.

La Cooperativa Río Paraná Limitada, con asiento en Oberá, realiza envíos de la yerba mate Titrayjú a todo el país. Mientras que desde el depósito de la entidad, en Ituzaingó, provincia de Buenos Aires, se atiende el mercado de Gran Buenos Aires, Capital Federal y otros puntos de la Argentina.

## » NUESTRA INICIATIVA

# Con proyección nacional, el Mate en la Escuela cierra el ciclo 2022

El balance de la iniciativa inédita que el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) y el Ministerio de Educación de Misiones impulsaron en ocho establecimientos secundarios durante el año 2022, alcanzando una población de más de 400 alumnos, es alentador y genera la proyección de expandirse.



• El Mate en la Escuela está listo para ingresar a más aulas.

**E**l cierre de la primera experiencia de El Mate en la Escuela se concretó el 14 de diciembre con la presencia del presidente del INYM, **Juan José Szychowski**; el ministro de Educación **Miguel Sedoff**; la subsecretaria de Educación, **Cielo Linares**; y al ideólogo de la iniciativa, **Raúl Escalada**, y Directores de la Institución yerbatera.

“Los objetivos se cumplieron, y podemos decir: el Mate en la Escuela está preparado para ingresar a aulas de más escuelas de la zona productora y a otras provincias, para acercarse a jóvenes de todo el país”, destacó Szychowski. “Vamos a trasladarlo como herramienta en el marco de las normas de convivencia en el ámbito educativo provincial”, señaló, por su parte, Sedoff, anunciando seguidamente que, además, el Ministerio de Educación de Misio-

nes “lo presentará a sus pares del Norte Grande” para que sea incorporado a la currícula de las escuelas secundarias en sus territorios.

La iniciativa “no sólo cumplió con el objetivo de imprimirle valor pedagógico a nuestra actividad sino también despertó el interés de los jóvenes por historia, la cultura, la biología, la actualidad, los beneficios para la salud; fue la excusa perfecta para más diálogo entre los alumnos y para concretar proyectos en conjunto”, enfatizó Szychowski. “Esto fue posible con el apoyo de Educación que nos abrió las puertas de los establecimientos, de los directivos y profesores y de los estudiantes que abrazaron al Mate y a la yerba mate como parte importante en las clases”, agregó.

Durante el 2022, el Mate en la Escuela se aplicó en los cursos de 3, 4 y 5 año (en algu-



• Trabajo en conjunto. Inym y Ministerio de Educación llevan adelante el proyecto.



• Nelson Dalcolmo

nos lugares todos estos cursos, en otros sólo en algunos de estos cursos) en la EFA Cristo Rey de Los Helechos; los bachilleratos Orientados Provincial N° 54 de Andresito, N° 32 de Azara, N° 7 de Dos de Mayo y N° 9 de Posadas; el Colegio 2 de Itaembé Miní, también en esta última ciudad; en la Escuela Normal Mariano Moreno de Apóstoles y en el Centro Educativo Polimodal N° 8 de Oberá. Todo esto con talleres, charlas, y la distribución de mates autocebantes.

Un relevamiento de opiniones, presentado por **Natasha Hofkamp**, integrante del área Técnica del INYM, dio como resultado que un 91 por ciento de los estudiantes expresó que desean continuar con el proyecto el próximo año; que los temas con mayor aceptación fueron: Historia de la Yerba Mate, Salud, Reutilización y Comercio Internacional. Mientras que, el 97,9 por ciento de los profesores consultados, opinaron que El Mate en la Escuela es una herramienta pedagógica de importancia para las clases de la escuela secundaria, que aporta conocimientos a los alumnos.

“Por supuesto que vamos a continuar; el proyecto tuvo amplia aceptación y la solicitud de darle continuidad, porque aporta co-

nocimientos y porque hace bien”, expresó Szychowski. Para ello, con la mirada puesta en multiplicar el proyecto en el 2023, “ya trabajamos en cuadernillos con contenidos para profesores y para alumnos, que estarán disponibles oportunamente, una vez que se defina de qué manera se aplicará el Mate en la Escuela el próximo año”, explicó.

El acto de cierre de El Mate en la Escuela 2022, en la sede de Educación, en Posadas, contó también con la presencia del vicepresidente del INYM, **Ricardo Maciel**; los directores por Cooperativas, **Denis Bochert**, y por la Producción, **Nelson Dalcolmo, Jonas Petterson y Claudio Marcelo Hacklander**, además del equipo de profesionales que llevó la iniciativa a los establecimientos, docentes, entre otros.

Al culminar el acto, se entregaron certificados a profesores, asesores de saberes, y a quienes oficiaron de talleristas al abordar en las aulas, junto a los alumnos, los distintos temas vinculados a la actividad yerbatera y a la infusión.

» El 91 por ciento de los estudiantes encuestados sobre el programa expresó que desean continuar con el plan el próximo año.



## » NUESTRAS INICIATIVAS

# “Araucaria” es la ganadora del Mate Rock y cumplirá el sueño de grabar un disco



Con un Anfiteatro El Brete colmado de público de todas las edades concluyó el sábado 29 de octubre la edición 2022 del Mate Rock organizada por el INYM y el Ministerio de Cultura de Misiones, donde el jurado eligió como ganadora a la banda “Araucaria”.

• Araucaria, de Capioví. Grabarán en Tierra Soñada y masterizarán el material en Tecnópolis.

**D**e esta manera, el grupo oriundo de Capioví contará con financiamiento para grabar su disco en los estudios Tierra Soñada, para luego masterizar el material en el Centro de Investigación en Audio y Música, -CIAM- en Tecnópolis, uno de los más avanzados del país.

“Estamos muy contentos por la cantidad de participantes y la respuesta del público, y quiero destacar esto fue posible a partir de apoyo del Gobernador de Misiones por medio de su ministro de Cultura, como así también del Intendente de Posadas”, señaló el presi-

dente del INYM, **Juan José Szychowski** a pocos minutos de iniciado el festival.

Por su parte, el gobernador **Oscar Herrera Ahuad** subrayó la importancia de eventos donde se alienta el consumo y se expone una faceta diferente de la actividad yerbatera que, además de sus aspectos productivos, posee un rico legado histórico, social y cultural. “Y esto se suma otros hechos positivos para los productores como haber conseguido un buen precio para la materia prima”, recordó el mandatario provincial.

Minutos antes de que el jurado diera su veredicto, subieron al escenario el vicegobernador **Carlos Arce**; el ministro de Cultura, **Joselo Schuap**; la secretaria de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Posadas, **Belén Hernández** y el presidente del INYM, quien anunció que “vamos a organizar la edición 2023 del Mate Rock”.

## Difícil decisión

La tarea del jurado no fue sencilla, ya que las ocho bandas mostraron una destacada calidad interpretativa de temas propios y un despliegue escénico que entusiasmó a todos los que acudieron a la cita. Así, el escenario del Anfiteatro El Brete fue testigo de las presentaciones de “**Lente**”, de Puerto Esperanza (Región Norte), “**Flotando en el Jardín**”, de Candelaria (Región Sur), “**Araucaria**”, de Capioví (Región Río Paraná), “**DeadGone**”, de Oberá y “**Manukas**”, de Alem (Región Río Uruguay) y “**D’ la Nada**”, “**Mostro**” e “**IRIS**”, de Posadas (Región Capital).

“Fueron más de 190 bandas las que se anotaron para participar”, recordó Joselo Schuap. De ese total, fueron preseleccionadas 60 que, en sets de 20 minutos, pusieron su arte y pasión a consideración de un jurado para determinar ocho ganadoras que protagonizaron la gran final”, finalizó.

## » NUESTROS PROMOTORES

# Reconocimiento a Landriscina por la difusión de la cultura matera

Durante su extensa carrera, el humorista nacido en la provincia del Chaco siempre tuvo al Mate como fiel acompañante, ya sea sobre el escenario o en su vida cotidiana.

**P**arado sobre un escenario, con el Mate en la mano y relatando un cuento que seguramente arrancará la risa del público es - sin lugar a duda - la típica postal de don **Luis Landriscina**; el gran humorista chaqueño que en 1964 se consagró como Revelación en el Festival de Cosquín y comenzó su carrera como narrador de historias populares y costumbristas, siempre con una pincelada de buen humor.

“Lo tenemos como nuestro estandarte porque fue la primera persona que salió tomando mate en la televisión argentina”, recordó el director del INYM, **Nelson Dalcolmo**, quien junto a **Jonás Petterson** y **Marcelo Hacklander**, entregaron el pasado martes 20 de diciembre una placa de reconocimiento a don Landriscina por su aporte a la difusión del Mate Argentino durante su prolongada carrera.

Con sus vitales 87 años, recibió a los tres directores del Sector Producción del INYM en su casa de Olivos, provincia de Buenos Aires. “Nos abrió las puertas de su casa con su hijo y su señora. Le manifestamos nuestro agradecimiento con una placa, que es un sencillo homenaje a su trayectoria y porque lo consideramos un Patrimonio Nacional”, subrayó Dalcolmo.

Humorista, cuentista, recitador y actor, Luis Landriscina supo recuperar y transmitir con simpatía y respeto las costumbres regionales del interior de la Argentina y Río de la Plata.

Durante su carrera, grabó más de 52 discos, escribió numerosos libros como “Con gusto a Chaco”, “Mis Versos”, “Aquí me pongo a con-



• Landriscina exhibe el reconocimiento entregado por el INYM.

tar I” y “Aquí me pongo a contar II”, “Los cuentos de Don Verídico”, donde puso por escrito sus tan queridos cuentos y experiencias en el interior del país.

Hace poco tiempo, Landriscina reapareció junto al acordeonista **Hernán Crespo** y el cantante y guitarrista **Nahuel Pennisi** a través del chamamé “Como un cisne”. El título refiere precisamente al mate, “un

compañero de momentos y buena costumbre, que une a los pueblos del Sur del continente”, señaló el artista. Además, agregó: “En estos tiempos, donde compartir este hábito cotidiano se extraña más que nunca, ‘Como un cisne’ recuerda la importancia de este valor cultural nuestro que une distintas generaciones”.

Reconocido nacional e internacionalmente, recibió dos veces el premio Prensario, seis veces el Santa Clara de Asís -en 2001 recibió el Santa Clara de Asís Oro-, tres veces el premio Estrella de mar, cinco veces el Broadcasting; y en 1981 fue reconocido con el Premio Konex Diploma al Mérito como Actor Cómico.

Además, ganó dos Martín Fierro: en 1995 por su programa de radio “Mateando con Landriscina” y en 1999 por el programa “Landriscina Mano a Mano con el Campo”. Además, obtuvo varias distinciones de Argentores e innumerables reconocimientos en todo el país y a nivel internacional.

En 2014 fue reconocido como Ciudadano Ilustre de la Ciudad de Buenos Aires.

**"El mate es un compañero de momentos y buena costumbre, que une a los pueblos del Sur del continente", señaló el artista en su último trabajo, Como un cisne.**

## » NUESTRA CIENCIA

# ¿El Mate tiene efecto sobre el cerebro?



- Tomar mate nos despierta y nos da energía.

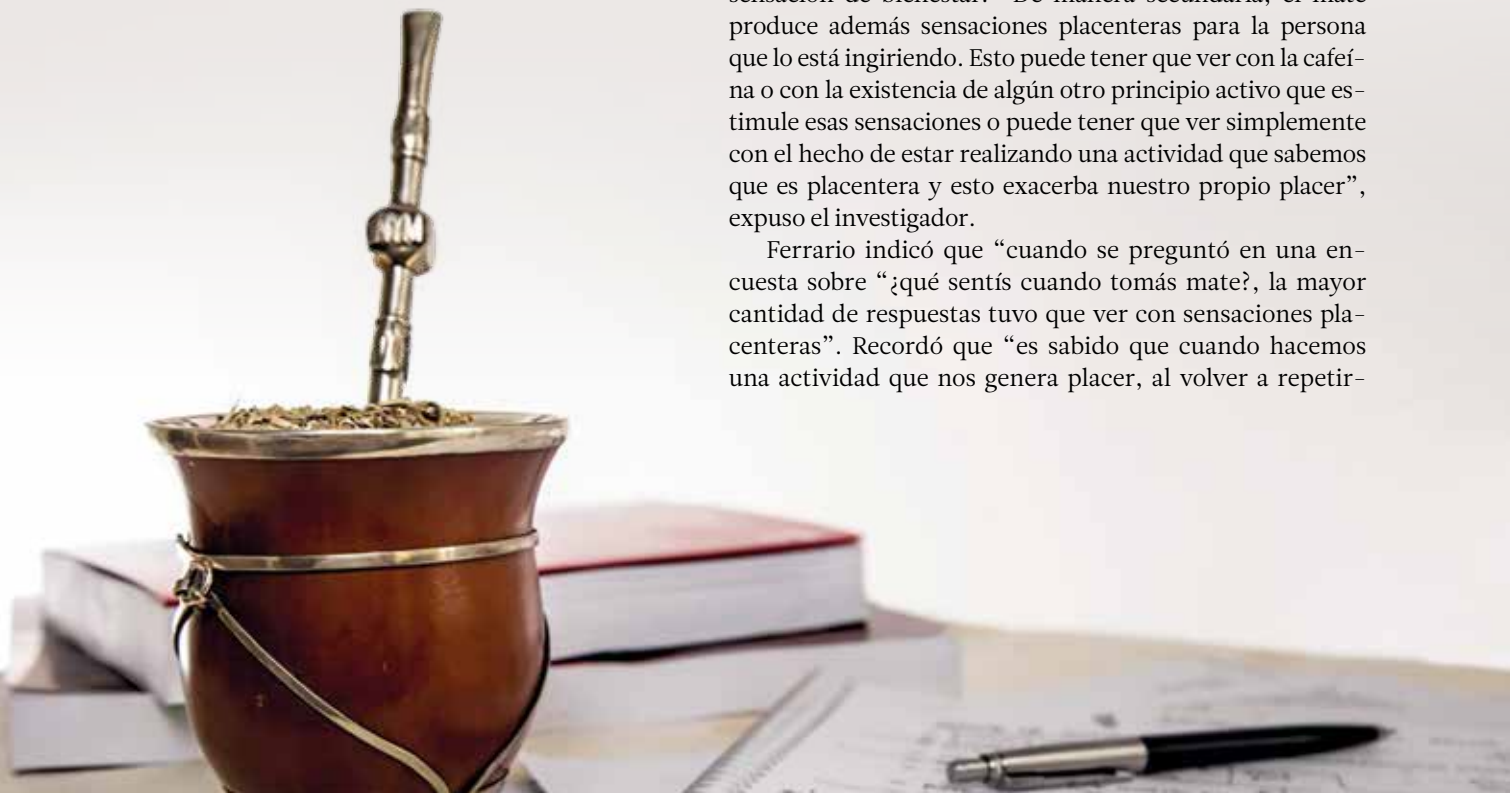
“La respuesta es que sí”, afirma, contundente, **Juan Ferrario**, investigador del CONICET y a cargo del laboratorio de Neurobiología de la enfermedad de Parkinson en el Instituto de Biociencias, Biotecnología y Biología traslacional (iB3) de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, dedicado desde hace varios años a desentrañar la relación entre yerba mate y sus efectos sobre el sistema nervioso.

“Sabemos desde hace muchos años que el mate tiene altas cantidades de cafeína y la cafeína es el mayor psicoestimulante que consumimos en el mundo los seres humanos; esto está ampliamente difundido y estudiado, y efectivamente tiene efecto sobre el cerebro”, explicó Ferrario.

Entonces, cuando tomamos mate, continuó, podemos inferir que la cafeína “nos despierta, activa el funcionamiento del cerebro y nos da una sensación de mayor energía”.

Pero además, podrían existir más factores que generen sensación de bienestar. “De manera secundaria, el mate produce además sensaciones placenteras para la persona que lo está ingiriendo. Esto puede tener que ver con la cafeína o con la existencia de algún otro principio activo que estimule esas sensaciones o puede tener que ver simplemente con el hecho de estar realizando una actividad que sabemos que es placentera y esto exacerba nuestro propio placer”, expuso el investigador.

Ferrario indicó que “cuando se preguntó en una encuesta sobre “¿qué sentís cuando tomás mate?, la mayor cantidad de respuestas tuvo que ver con sensaciones placenteras”. Recordó que “es sabido que cuando hacemos una actividad que nos genera placer, al volver a repetir-





● Ferrario y su equipo. Hace años buscan la relación entre la yerba mate y el sistema nervioso.

la sentimos el placer y de hecho, el placer se siente incluso antes de estas ejecutando esa actividad”.

Entonces, agregó, “tenemos un efecto directo que es el de la cafeína, que produce a su vez una mayor estimulación de dopamina, y uno indirecto que, podría estar mediado por algún principio activo presente en la yerba mate que aún no conocemos, por el solo hecho de ejecutar la acción de tomar mate, o bien por las dos cosas”.

Preguntamos a Ferrario: ¿Cuando habla de sensaciones placenteras, a qué se refiere, qué siente el que toma mate, se distiende, se relaja, tiene más energía? “La mayor cantidad de palabras utilizadas por las personas al ser consultadas sobre qué sienten al tomar mate, giran en torno a sensaciones placenteras: confort, compañía, placer, descanso, energía, armonía...”, contestó, “esto es un hecho subjetivo, pero es lo que la gente siente”.

Detalló que “nuestro cuerpo responde frente a las experiencias de dos manera: una es si lo que hacemos impacta directamente sobre nuestra neuroquímica, por ejemplo: si consumimos una bebida alcohólica, sabemos que las moléculas de alcohol tienen un efecto sobre el cerebro (desinhibición y somnolencia), pero a su vez, todo lo que hacemos tiene una respuesta del sistema endógeno, la respuesta propia de nuestro cerebro que tenemos, que es el sistema de placer y recompensa, como por ejemplo al mirar una comedia, uno no recibe ningún estímulo químico externo, pero sin embargo se ríe, tiene una sensación placentera en ese momento. Es decir: las respuestas frente a lo que hacemos, tomamos o comemos, es la suma de que si esto que hicimos tiene un efecto directo sobre el organismo o si es nuestro propio organismo que nos está generando una sensación de placer”.

Traducido al mate, profundizó, “lo que uno puede pensar es que ocurre la sumatoria de los dos factores, que tiene compuestos activos con un efecto positivo sobre nuestro cerebro y los circuitos de recompensa y actividad, y por otro lado el hecho por sí mismo, el hábito de la mateada, porque estamos acostumbrados, porque nos trae buenos recuerdos y nos hace sentir bien, es el resultado del sistema neurobiológico de recompensa”.

Vinculado, Ferrario recordó que quedó demostrado que en tomadores de mate hay una menor incidencia de desarrollo de la enfermedad de Parkinson, que afecta al sistema nervioso central. “Esto nos hace pensar que la ingesta crónica de mate podría tener un efecto a largo plazo”, dijo.

“Más allá que durante muchos años se pensó que la cafeína, presente en el café, el té verde y en la yerba mate, podría ser el agente neuroprotector que estaba ayudando a mantener más saludable al sistema nervioso, en los últimos años aparecieron otros principios activos, principalmente ácido clorogénico y la gran variedad de antioxidantes que tiene el mate”, enfatizó. “Se apunta a que estos principios activos podrían ser los responsables del efecto neuroprotector a largo plazo”, concluyó Ferrario.

Este tema fue el eje de una de las charlas que el INYM brindó al público durante MATEAR 2022, el primer fin de semana de diciembre, en Buenos Aires. Allí, Ferrario expuso sobre «Ciencia, Mate y Cerebro. Pasado y Presente en la Investigación en Yerba Mate. ¿Qué le pasa a tu cerebro cuando tomas mate?».

**“ Sabemos desde hace muchos años que el mate tiene altas cantidades de cafeína y la cafeína es el mayor psicoestimulante que consumimos en el mundo los seres humanos.”**

**Juan Ferrario**, investigador del CONICET



*La Yerba Mate nos apasiona.*

