



BIEN NUESTRO

Publicación de distribución gratuita del Instituto Nacional de la Yerba Mate / 2017 - Nro 18 - Posadas, Misiones



LO MÁS ARGENTINO!!

Una encuesta nacional concluyó que el 38% de los argentinos considera al mate como el producto que más nos identifica; el 80 % lo consume sobre todo por tradición; las mujeres llevan la delantera y la preferencia es con bombilla.

SUMARIO



4 **El mate es lo que más nos identifica**

Así lo revela un estudio de mercado encargado por el INYM. La preferencia es por sobre la carne, el dulce de leche y el vino.



8 **La María Antonia, donde comenzó una gran historia**

En la María Antonia se iniciaron las primeras plantaciones de yerba mate y se consolidaron hombres y organizaciones centrales en lo que sería el desarrollo de la actividad. Una lectura de la historia y sus interpretaciones.



12 **Ratificamos stock de yerba mate canchada**

Fue a través de distintas inspecciones realizadas por el área de Fiscalización del Inym.

14 **Modificaciones normativas para productores**

Se generaron modificaciones y actualizados en el Régimen de Documentación de Movimientos de la Materia Prima y los Reglamentos de Cosecha y Secanza, incorporando aspectos técnicos vigentes y resultantes de experiencias para avanzar en la optimización.





EDITORIAL

ESO QUE TIENE EL MATE

Aunque no conocíamos los números, ya lo sabíamos: el mate es bien argentino; el mate (la yerba mate) es lo que más nos representa como argentinos. Así lo reveló la nueva encuesta de opinión pública encargada, por el Instituto Nacional de la Yerba Mate, a **Voices! Research & Consultancy**, que en esta edición presentamos. Y por qué decimos que “lo sabíamos”? Porque para eso trabajamos aquí, en la tierra colorada, donde producimos de la mejor manera el mejor producto posible, donde valoramos la historia y donde buscamos innovar para abrir nuevos mercados y afianzar los ya existentes.

Natural, versátil, y sello de Indicación Geográfica; estudios científicos que certifican las propiedades benéficas para la salud; iniciativas vanguardistas (reemplazo de la leña por biomasa); nuevas herramientas en las tareas de corte y en el proceso de secado de la hoja verde, y la actualización de normas para cosecha y secanza orientadas a garantizar calidad son sólo parte de las acciones que el INYM puso en marcha para asegurar un buen mate, un refrescante tereré o, por qué no, la materia prima como base de innovadores mercados (alimentación, cosmética, medicina). Eso es Yerba Mate Argentina. Todo, con el acompañamiento de cada uno de los integrantes de la cadena productiva; somos 30.000 familias involucradas (directa e indirectamente, desde la plantación y cosecha hasta el punto de venta), más de 300 establecimientos (entre secaderos y molinos), 5 siglos de historia y más de un siglo de cultivo sistemático; todo eso, en la infusión preferida de los argentinos, en todos los rincones de este país y cada vez más presente en otros puntos del planeta.

Ingeniero Alberto Re
Presidente del INYM

Directorio INYM: Alberto Re (*Presidente*); Sixto Ricardo Maciel y Marta Cunha de Giménez (*Gob. de Misiones*); Esteban Fridlmeier (*Gob. de Corrientes*); Héctor Biale, Juan Dmitrowicz, Miguel Ángel González y Ramón Rodríguez (*Cooperativas*); Sandro Sosa y Oscar Rodríguez (*Trabajadores Rurales*); Rubén Henrikson, Claudio Anselmo, Marcelo Szychowski y Carlos Guillermo Roussillon (*Industria*); Jerónimo Lagier, Walter Gustavo Hochmuth, Jorge Haddad, Cristian Klingbeil, Danis Koch y Nelson Dalcolmo (*Producción*); Ramiro López y Sergio Delapierre (*Secaderos*).



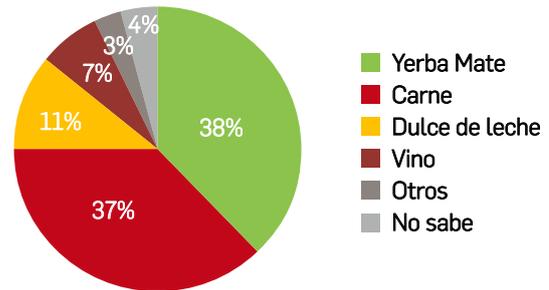
El mate, lo más argentino

“El mate se lleva el primer lugar como rasgo identitario de la argentinidad”. Así lo revela una nueva encuesta de opinión pública encargada por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) a Voices! Research & Consultancy. Dicho de otra manera, el mate es lo que más nos representa como argentinos.

La encuesta fue encargada con el objetivo de recabar información para entender mejor el mercado de la yerba mate en la Argentina y de esa forma aplicar medidas que permitan afianzar la presencia del producto en cada uno de los hogares. Entre otros temas, la encuesta consultó acerca del mate frente a la elección de otras infusiones, la frecuencia y las razones de su consumo, el conocimiento de sus beneficios nutricionales y su rasgo identitario de la cultura argentina. El estudio se realizó en todo el país a través de una muestra de individuos, compuesta por 1000 personas de 16 años y más, por medio de entrevistas personales y domiciliarias como instrumento de recolección en el mes de agosto de 2016. Además de esta etapa cuantitativa, se realizaron 40 focus groups a nivel nacional entre consumidores de mate.

Así, al consultar de manera espontánea cuál es el producto que mejor representa a los argentinos, el resultado fue más que alentador: El mate se lleva el primer lugar como rasgo identitario de la argentinidad con un 38%, seguido de la carne con un 37%, y luego el dulce de leche y el vino con un 11 % y un 7% respectivamente.

El Mate, producto identitario de los argentinos
¿Cuál diría Ud. es el producto que mejor representa a los argentinos?



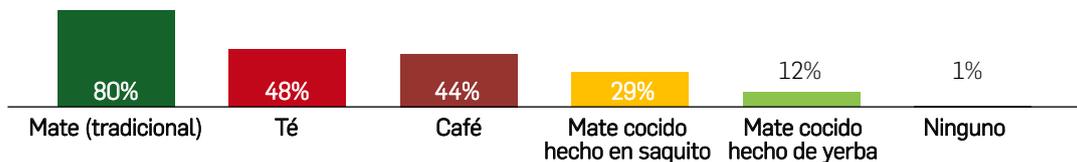
Fuente: Voices! para INYM. Población nacional 2016

LA INFUSIÓN PREFERIDA

La encuesta de opinión concluyó que el consumo de mate con bombilla supera ampliamente al de las demás infusiones y se convierte en la forma más extendida del consumo de la yerba mate. Ocho de cada 10 argentinos (80%) declaran haber consumido mate (tradicional) en los últimos 30 días, otorgándole a esta infusión el podio por sobre su competencia. Muy por detrás le siguen el té mencionado por 5 de cada 10 entrevistados (48%), y el café, elegido por 4 de cada 10 (44%). Con guarismos menores, aparecen el mate cocido hecho de saquito (29%) y el mate cocido hecho de yerba (12%).

La gran mayoría de los argentinos consumió mate en los últimos 30 días

¿Cuál de los siguientes tomó Ud., si es que alguno, en los últimos 30 días? Resultados en %



Fuente: Voices! para INYM. Población nacional 2016



El resumen de los resultados de la encuesta:

► **El mate es lo que más nos representa; compite cabeza a cabeza con la carne, como rasgo identitario de la “argentinidad”.** Al consultar de manera espontánea cuál es el producto que mejor representa a los argentinos el 38% de los argentinos menciona a esta infusión, y el 37% elige a la carne. Muy por detrás le siguen el dulce de leche (11%) y el vino (7%), cada uno mencionados por 1 de cada 10 argentinos.

► **El mate con bombilla supera ampliamente a las demás infusiones:** 8 de cada 10 argentinos (80%) declaran haber consumido mate tradicional en los últimos 30 días, otorgándole a esta infusión el podio por sobre su competencia. Muy por detrás le siguen el té mencionado por 5 de cada 10 entrevistados (48%), y el café, elegido por 4 de cada 10 (44%). Con guarismos menores aparecen el mate cocido hecho de saquito (29%) y el mate cocido hecho de yerba (12%).

► **Son las mujeres las que llevan la delantera de la incidencia del mate:** 84% de las mujeres mencionan haber tomado mate con bombilla en los últimos 30 días, con una diferencia de 9 puntos porcentuales por sobre los hombres (75%).

► Al indagar por la frecuencia del consumo del mate tradicional o con bombilla, vemos que esta infusión es parte de la vida cotidiana de los argentinos: **7 de cada 10 indican que toman mate al menos una vez por día, todos los días.**

► **El mate se toma acompañado.** Al consultar entre quienes toman mate, si lo consumen solos o acompañados, el 65% plantea que toma mate en compañía de alguien, mientras que el 33% señala que lo hace solo. Este hábito queda reflejado también en el estudio cualitativo en donde surge que “*El mate funciona como un conector: con el otro, con uno mismo, con nuestras raíces y nuestra tierra.*”

► ¿Cuál es **la razón** de la elección del mate entre quienes toman algún tipo de mate? La **costumbre** se ubica a la cabeza señalada por el 76% de los consumidores de mate. A este factor, le sigue *el sabor o porque lo encuentran rico*, con el 64% de las menciones. En tercer lugar, un tercio destaca un beneficio emocional del mate, indicando que lo elige porque es *una compañía*.

► A pesar del alto consumo del mate entre la población argentina, el estudio arroja un **desconocimiento de los beneficios nutricionales de la yerba mate y de su impacto en la salud.** Asociada a efectos diuréticos, la yerba mate es poco vinculada a sus otras propiedades beneficiosas para la salud.



La Yerba Mate Argentina en Vietnam

El producto **Yerba Mate Argentina** fue promocionado en la República Socialista de Vietnam. Organizado por la Embajada Argentina en ese país, y con el apoyo del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), la infusión fue presentada con información y con degustaciones.

El evento tuvo lugar el 15 de diciembre de 2016 en un hotel de Hanoi, la capital y la segunda ciudad más importante de Vietnam, y abarcó inicialmente una conferencia informativa sobre los efectos benéficos de la yerba mate para la salud, basada en material proporcionado por el INYM, y luego se realizó una demostración, con participación del público, acerca de cómo preparar el mate, y una degustación de distintas bebidas relacionadas a la infusión (mate tradicional, mate cocido y tragos fríos preparados con mate, entre otros).

“La reacción del público fue de curiosidad y entusiasmo. Ninguno de los asistentes había probado yerba mate con anterioridad”, contó **María Belén García Alcat**, consejero en la Embajada de la República Argentina en Vietnam.

La profesional consideró además que “la yerba mate tiene potencial en la República Socialista de Vietnam”, y en ese contexto destacó “tener en cuenta la similitud de la yerba mate con el té verde consumido por la población local y los beneficios para la salud del mate”.

El mate frío, lo mejor del verano

No hay dudas: el mate helado y el tereré son nuestros mejores aliados para disfrutar las vacaciones veraniegas, aquí y en cualquier otro lugar donde impere el sol. Refrescantes, con un rico sabor, quitan la sed y, al igual que el mate caliente, se pueden compartir!

El Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) desarrolló una campaña comunicacional masiva con el objetivo de difundir el consumo de yerba mate de forma alternativa al mate cebado tradicional, durante los meses de enero y febrero, en los principales centros con visitantes de la Argentina.

Esta campaña contó con diferentes fases a lo largo del año que abarcó mercados y segmentos con diferentes mensajes, según sea el caso.

“**Este verano, todo está en el mate**”, es uno de los slogans de la campaña veraniega gráfica, radial y por las redes sociales en la Costa Atlántica, Córdoba y Buenos Aires, con contenidos sobre las diferentes formas de consumo, ya sea como mate cocido frío (saborizado o no), tereré (preferentemente consumido con jugos de frutas cítricas como pomelo, naranja, limón) y cócteles (bebidas preparadas con o sin alcohol), orientada preferentemente a la familia y a los jóvenes, y con un fuerte acento en lograr la interacción de los consumidores. Se reflejó en circuitos de pantallas gigantes (LED en Buenos Aires, Córdoba y Mar del Plata) y publicidad estática (Metrobus en Buenos Aires); acciones directas con los turistas en las distintas playas y lugares de veraneo; difusión a través de las redes sociales y empleando tecnología digital (facebook - youtube - twitter - instagram - blog), y con el aporte de influencers y conocidos conductores de programas radiales y televisivos: **Ronnie Arias**, el cantante **Iván Noble**, el modelo y conductor **Horacio Cabak**, el periodista de Radio Mitre **Alfredo Leuco**, además de **Matías Martín**; el “**Tucu**” **López**; el “**Pelado**” **Guillermo López** y **Sofí Jujuy**.

Además, el hashtag **#TodoestaenElMate** es parte de las acciones en las redes sociales.

La campaña cerró su primer mes (enero 2017) superan-



Campaña de promoción en la Costa Atlántica

do todas las expectativas: la infusión fría de yerba mate en sus diversas formas se está instalando como una opción refrescante y saludable. Sólo en enero, más de 8 millones de personas han sido alcanzadas; los videos con recetas y tutoriales han sido reproducidos más de 2 millones de veces; los consumidores han tenido una formidable reacción e interacción con las propuestas realizadas en las redes sociales, y la prensa y referentes a nivel nacional y local se han hecho eco de esta propuesta y lo han manifestado a través de comentarios y notas en los distintos medios gráficos, radiales y televisivos.

No sólo el INYM trabaja sobre la difusión de la infusión fría de la yerba mate, muchas empresas del sector, grandes, medianas y pequeñas, y otras que comercializan productos afines al consumo de yerba mate como accesorios e ingredientes, han realizado acciones comunicacionales durante estos meses en diversas formas.

POR TODOS LOS MEDIOS

La campaña puede ser seguida a través de los canales digitales que el INYM, a través de Yerba Mate Argentina, la marca paraguas o sectorial que utiliza para la promoción del producto genérico, tiene a disposición del público:

Sitio de Internet: www.yerbamateargentina.org.ar

Facebook: www.facebook.com/yerbamateargentina

Instagram: www.instagram.com/yerba_mate_argentina/

Twitter: www.twitter.com/YerbaMateArg

YouTube: canal Yerba Mate Argentina

Hashtags: #TodoEstaEnElMate; #Terere;

#YerbaMateArgentina; #PoneleMateATuVerano.

De esta manera, se afianza el objetivo de lograr que la comunidad sepa que el mate puede coexistir con otras bebidas e infusiones, que se puede tomar a cualquier hora, que se le puede agregar frutas y/o hierbas, y que se pueden inventar nuevas bebidas a partir de la yerba mate.

El tereré es una bebida refrescante, excelente alternativa para hidratarse y, al mismo tiempo, incorporar todos los beneficios que la yerba mate aporta a la salud.



TIPS

► Aunque se puede elegir cualquier jugo de frutas para saborizar el agua, las que mejor se adaptan y aportan un plus de frescura son las cítricas. Pomelo, naranja, lima o limón van a ser siempre las aliadas perfectas de un buen tereré.

► Existen muchas hierbas que podemos utilizar como agregado del agua. Menta, hierba buena, cocú, cedrón, boldo, katuavá, burrito, batatilla, etc. Las especies como canela y clavo de olor también son una buena elección y maridan muy bien con determinadas frutas.

► Por último, al igual que el mate tradicional, el tereré también es sinónimo de ronda de complicidades, anécdotas, risas y compañía... Así que este verano, que no te falten amigos y tereré!

CREATIVIDAD, PARA UN BUEN "TERE"

► El tereré refresca, une, no tiene horarios y ofrece una amplia variedad de maneras para disfrutarlo, de acuerdo a los gustos y costumbres de cada uno.

Aunque el tereré original es con agua helada, muchos prefieren prepararlo con jugos en sobre o de frutas exprimidas, como limones, pomelos o naranjas, o con gaseosas. Otra posibilidad es agregarle al agua hierbas como menta o cocú, o cascaritas de naranja. Es una elección personal y es fundamental dejar volar la imaginación al preparar "un tere".

La yerba ideal debe tener un porcentaje mayor de palo y hojas sin tanta molienda. Las diversas marcas ya ponen en góndola sus productos adaptados para consumir mate de esta manera, catalogados como "yerba para tereré" o "saborizadas".



MÁS OPCIONES REFRESCANTES

► Las formas de consumir yerba mate se van ampliando, ganando territorio en lugares antes impensados y con gran aceptación. El mate cocido frío, saborizado o no, y los tragos y cócteles son parte del menú del verano.

Mate cocido frío

Se prepara un litro de mate cocido con 5 o 6 saquitos, o 50 gramos de yerba mate elaborada y se cuela. Hay que dejarlo enfriar y consumirlo bien helado y endulzado a gusto. También se le puede agregar jugos de frutas.

Debido a las propiedades saludables de la yerba mate, preparado así y puesto después como porciones individuales en botellitas, es ideal para que te acompañe en tus momentos de caminatas y ejercicios.

Tragos y cócteles

Luego de infundir la yerba mate y colarla, tendrás la base para realizar una amplia variedad de cócteles. Existen varias recetas que combinan frutas, jugos, hierbas y miel entre otros componentes, siempre con el generoso aporte de hielo triturado. Los bartenders del país ya le han puesto su firma a varios tragos. Para los que buscan agregarle un toque de alcohol, el ron, el vodka y preferentemente el gin son los que mejor se llevan en la combinación.



“La María Antonia” fue cuna de la actividad yerbatera

La historia del establecimiento “La María Antonia” (en San Ignacio, Misiones) arranca a principios de siglo XX cuando la familia **Herrera Vega** compra las tierras y pone la administración en manos de sus primos, la familia **Palacios**, que llega desde Venezuela y entre otras acciones, inicia la construcción de su casco de estancia que es réplica de la casa de su pariente lejano **Simón Bolívar**, cuya construcción se termina en 1925, en pleno auge de la yerba mate.

Aquí se iniciaron las primeras plantaciones de yerba mate, después de que se perdiera el conocimiento del cultivo, cuando fueron expulsados los Jesuitas, y es éste también el escenario que consolidó a hombres y organizaciones, entre ellos **Andrés Haddad** y el Centro Agrario Yerbatero Argentino, que fueron centrales en el desarrollo de la actividad y el desarrollo de la provincia.

Los invitamos a recorrer parte de esta maravillosa historia con fragmentos extraídos de los libros “Misiones – Itapúa y los pioneros del oro verde”, de **Alejandro Larguía**, y “Andrés Haddad. Casi un siglo de extraordinaria visión”, de **Mary Edith González**: “Con el respaldo del presidente Julio A. Roca (dos veces Presidente de la Nación –entre 1880 y 1886 y entre 1898 y 1904) y el éxito de las primeras plantaciones de yerba mate que había realizado en Nueva Germania (Paraguay), el inmigrante suizo Jules Ulysse Martin exploró el Territorio Nacional de Misiones.

En San Ignacio estaba su yerno Pablo Luis Emilio Allain, ingeniero agrónomo conocedor del cultivo, y es en este punto donde, tras comprar una propiedad y reunir a colaboradores como Ernesto Addor, Pitton, Decoppet. Lagier y Allain, la firma **Martin y Cía** inicia las primeras plantaciones en el año 1903.

La experiencia de Allain con la yerba implantada la había hecho por su cuenta, comprando chacras en Santa Ana, en las que todavía quedaban plantas de yerba silvestre a las que comenzó a multiplicar por acodos. Realizó plantaciones bajo monte, con mudas logradas en vivero propio utilizando semillas adquiridas en la colonia



Establecimiento “La María Antonia” en San Ignacio

Germania del Paraguay, donde ya se había desarrollado la producción de mudas en viveros.

En 1910, Rafael y Marcelino Herrera Vegas compraron a Teodosia Lencisa de Roca e Hijos, la sucesión de C. Rudesindo Roca, 3.000 hectáreas de tierra con frente al río Paraná y sobre el arroyo Cazador, en San Ignacio, y al establecimiento lo bautizaron **La María Antonia**.

Las primeras plantaciones, realizadas bajo monte en 1913, se hicieron con las 300.000 mudas adquiridas en la Estación Experimental de Loreto del I.A.T.E.M. En 1915 ya había 750.000 plantines de yerba bajo monte siguiendo la técnica que había iniciado Pablo Allain, pero al percibir que las plantas no se desarrollaban, éste hizo una prueba de dos hectáreas cortando las mudas de yerba al ras de la tierra y tumbando el monte que las cubría. Al año siguiente la brotación de las plantas recién plantadas ya a la intemperie fue tan vigorosa que se decidió



voltear todo el monte... de allí en más todas las plantaciones se hicieron a cielo abierto.

A partir de 1917 en el establecimiento La María Antonia comenzaron a cosecharse los yerbales implantados desde 1913 (...) La primer comercialización alcanzó 300.000 kg de canchada. Por entonces la yerba se vendía entre \$5 y \$6 el kg a los molinos. La hoja verde a \$ 5 la arroba. Este precio era una enormidad y el resultado del negocio era excepcional. Fue entonces cuando comenzó a aplicarse la expresión del ORO VERDE (...) En 1921 la cosecha alcanzó un millón de kilos de yerba canchada.

En ese contexto, (...) en 1923 en La María Antonia habían sido invertidos ingentes capitales (...) la secanza mecanizada se hacía en el establecimiento que desarrolló una infraestructura industrial muy avanzada. El producto final cargado en bolsas de arpillera se embarcaba en el Puerto Cazador, propio del establecimiento. El movimiento desde los secaderos a los galpones y de los galpones al puerto se realizaba con un sistema de zorras sobre rieles, arrastradas por locomotoras a vapor (...)

El tope de la locura de precios ocurrió en 1923 debido al corte de la importación de yerba de Brasil (...) Todo el mundo se largó a plantar más hectáreas, pero cuando estas entraron en producción en 1929 y se había regularizado la importación de Brasil, la sobreproducción provocó la caída de los precios que llegó al fondo, coincidiendo con la crisis del 30. Fue entonces que el Gobierno instauró el plan regulador que culminó con la creación de la **Comisión Reguladora de la Yerba Mate** (1935), la que intentó reducir los excedentes poniendo límites a la cosecha (...) Esto no se logró. La rentabilidad del cultivo siguió decayendo con el agravante de la progresiva caída de los rindes por la edad de las plantaciones y el descuido de las tareas culturales (...)

El censo de yerbales implantados practicado en 1919 por el Ministerio de Agricultura de la Nación muestra al establecimiento Santa Inés, del español **Don Pedro Núñez**, primero en el ranking de superficie de yerba cultivada, con 800 hectáreas. El segundo lugar lo ocupa, con 750 hectáreas, el establecimiento La María Antonia, de los Herrera Vegas, en San Ignacio. Luego sigue Martín y Cía, también en San Ignacio, propiedad del suizo Jules Ulyses Martín, con 650 hectáreas, y en cuarto lugar, también en San Ignacio, el Ing. Pablo Allain en La Plantadora de Yerba SA, con 577 hectáreas

Un buen día en el año 1953, habiendo sido ofrecido en venta el establecimiento La María Antonia, el Sr. Andrés Haddad, fuerte comerciante de origen libanés con despachos de ramos generales en San Ana y San Ignacio, se interesó en su adquisición (...)

La transferencia de dominio de La María Antonia fue firmada el 6 de diciembre de 1955 por los integrantes de una comisión liquidadora designada por las sucesiones de Rafael (h) y Marcelino Herrera Vegas (h), (...) con una superficie de 1.459 hectáreas.

LOS PRIMEROS DEL SIGLO XX

► “El censo de yerbales implantados practicado en 1919 por el Ministerio de Agricultura de la Nación muestra al establecimiento Santa Inés, del español Don Pedro Núñez, primero en el ranking de superficie de yerba cultivada, con 800 hectáreas. El segundo lugar lo ocupa, con 750 hectáreas, el establecimiento La María Antonia, de los Herrera Vegas, en San Ignacio. Luego sigue Martín y Cía, también en San Ignacio, propiedad del suizo Jules Ulyses Martín, con 650 hectáreas, y en cuarto lugar, también en San Ignacio, el Ing. Pablo Allain en La Plantadora de Yerba SA, con 577 hectáreas. Este año ya se aproxima al punto culminante del negocio del oro verde, que alcanzó el climax en 1929, con la mayor concentración de la producción en los alrededores de San Ignacio Miní.

En el censo de 1919 (...) los señores Horacio Quiroga y Salvador Lentini figuraban con 5 hectáreas cada uno. Los pequeños productores sumaban apenas 1.000 hectáreas de yerba cultivada y cuatro firmas de grandes plantadores poseían el triple de superficie de yerbales implantados que todos los demás colonos en Misiones.

En las décadas siguientes estas proporciones se modificaron. Con la excepción de los establecimientos de Bernberg en Misiones y Navajas Artaza en Corrientes, no aparecieron más grandes plantadores, mientras crecieron el número de chicos y aparece una nueva categoría: la de los medianos con hasta 200 hectáreas de yerbal.

(...) A partir de 1920 la categoría de productores de nivel medio fue tomando cuerpo. Tales fueron Constantino Giorgiades, griego; Eugenio Lagier, suizo; Gerard Kitabgi, iraní (...); Robert de Blosset, francés; Adolfo Lanusse; Hugo Von Zschau, Esteban Ferrari, Benito Zamboni, en Santa Ana y Bernardo Larraburu en Concepción se fueron destacando mientras el progreso en las técnicas de mecanización de la secanza fue siendo incorporado a los establecimientos de mediana escala. Durante las primeras décadas del siglo veinte inmigraron a Misiones miles de familias, y casi todas cultivaban entre 5 y 10 hectáreas, y poco a poco a través de cooperativas se fueron nucleando, como consecuencia de lo cual surgen las organizaciones gremiales de productores que después de varias etapas de formación terminan en el Centro Agrario Yerbatero Argentino (CAYA) y la Asociación Rural Yerbatera Argentina (ARYA)”.

Fuentes: Misiones – Itapúa y los pioneros del oro verde, de Alejandro Larguía // Andrés Haddad. Casi un siglo de extraordinaria visión. Junta de Estudios Históricos de Misiones, de Mary Edith González.

Informe del Sector Yerbatero

Datos Estadísticos Enero/Diciembre 2016

Avance de Cosecha

El ingreso de materia prima a los establecimientos de secanza permite observar el avance de cosecha en la región productora. Los datos correspondientes a las declaraciones juradas presentadas por los operadores ante el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) indican que entre los meses de Enero-Diciembre fueron procesados 819.052.572 Kilogramos de hoja verde.



INGRESO DE HOJA VERDE POR ZONA

PERIODO	ZONA CENTRO	ZONA NOROESTE	ZONA NORESTE	ZONA OESTE	ZONA SUR	CORRIENTES	TOTAL
Enero 2016	6.068.847	485.360	2.453.278	1.704.106	6.012.025	5.225.723	21.949.339
Feb. 2016	6.541.050	2.417.656	4.944.022	2.437.426	7.749.907	6.688.872	30.778.933
Marzo 2016	14.365.471	7.209.519	19.282.294	4.582.374	12.272.652	9.942.434	67.654.744
Abril 2016	21.066.609	6.527.226	14.731.671	8.016.434	10.091.176	9.806.353	70.239.468
Mayo 2016	50.669.589	8.385.812	30.335.828	15.551.203	14.962.002	15.898.335	135.802.769
Junio 2016	58.005.584	8.650.298	36.048.539	17.694.365	13.487.937	16.779.2061	50.665.930
Julio 2016	54.167.902	7.539.106	34.945.098	14.869.308	14.881.435	16.865.058	143.267.907
Agosto 2016	46.735.344	5.571.047	25.066.368	15.066.051	16.066.014	18.005.229	126.510.052
Sept. 2016	23.723.599	621.841	8.079.393	7.225.459	9.274.868	7.284.543	56.209.703
Octub. 2016							-----
Nov. 2016							-----
Dic. 2016	7.035.085	-	2.121.296	952.789	575.000	5.289.557	15.973.727
2016	288.379.080	47.407.865	178.007.786	88.099.515	105.373.016	111.785.310	819.052.572

Valores expresados en kilogramos.



INGRESO DE HOJA VERDE POR ZONA - COMPARATIVO ENERO-DICIEMBRE

PERIODO	ZONA CENTRO	ZONA NOROESTE	ZONA NORESTE	ZONA OESTE	ZONA SUR	CORRIENTES	TOTAL
2012	277.600.409	53.772.371	147.060.136	81.696.817	72.891.640	95.565.913	728.587.286
2013	246.355.083	45.573.151	148.207.763	74.043.351	92.855.671	93.033.189	700.068.209
2014	270.498.302	40.717.822	177.874.647	91.795.534	104.528.418	99.208.578	784.623.300
2015	273.367.705	42.470.041	186.358.014	85.012.079	114.811.298	108.216.213	810.235.350
2016	288.379.080	47.407.865	178.007.786	88.099.515	105.373.016	111.785.310	819.052.572

Valores expresados en ki logramos.

Salidas con destino a Mercado Interno

Los datos estadísticos registrados por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) revelan que durante el mes de Diciembre de 2016 el volumen de yerba mate elaborada a salida de molino alcanzó los 17.984.049 Kilogramos. Sumado a los meses anteriores las salidas con destino al mercado interno totalizan 252.136.107 Kilogramos para el período Enero-Diciembre de 2016.

Cabe recordar que el movimiento de yerba mate a salida de molino es el indicador más cercano al comportamiento de la yerba mate en góndola, ya que incluye tanto el volumen que se envía a los centros de distribución de las firmas yerbateras como las compras efectuadas por los mayoristas, hipermercados y supermercados.

YERBA MATE A SALIDA DE MOLINO - MERCADO INTERNO - HISTÓRICO

PERIODO	2012	2013	2014	2015	2016
Enero	18.150.384	19.759.952	19.207.284	19.672.318	18.085.730
Febrero	18.120.851	20.113.143	20.531.831	18.905.759	19.811.175
Marzo	19.159.322	23.342.097	20.820.020	20.146.801	20.780.583
Abril	13.043.645	23.342.566	21.480.783	22.732.559	22.164.709
Mayo	23.727.215	23.182.854	22.755.836	22.907.138	23.909.871
Junio	22.884.754	21.372.351	20.507.003	22.306.941	21.727.120
Julio	22.139.456	22.969.683	23.657.737	22.032.994 2	2.593.833
Agosto	23.663.332	20.969.853	21.606.237	20.505.086	23.810.950
Septiembre	21.319.519	19.320.430	23.301.673	21.156.973	22.763.239
Octubre	23.456.752	21.868.378	23.934.497	20.172.946	19.683.901
Noviembre	21.281.020	22.900.384	20.067.648	19.819.094	18.820.946
Diciembre	18.257.161	18.617.540	18.417.043	19.796.184	17.984.049
TOTAL	245.203.411	257.759.230	256.287.593	250.154.793	252.136.107

Valores expresados en kilogramos. Incluye yerba mate envasada estampillada / Yerba mate con destino al mercado interno para venta al público sin estampillas (soluble, saquitos, etc.).

Inspecciones del INYM ratifican el stock de yerba mate canchada



Un relevamiento realizado por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) indica que existe correspondencia entre la declaración jurada presentada por los operadores del sector ante la Institución y la yerba mate canchada constatada en los establecimientos.

El dato está contemplado en un informe del área de Fiscalización del INYM sobre constataciones de depósitos y stock de yerba mate canchada en los meses de octubre y noviembre de 2016, realizado a establecimientos que tienen el 90 % del total de stock.

“La tarea consistió en constatar las existencias de yerba mate canchada y los depósitos en los establecimientos, y luego constatar con lo declarado por los sujetos en el Registro de Plantas y Depósitos de la Actividad Yerbatera, creado por Resolución 57/08”, explica el documento del área de Fiscalización del INYM.

En total, en el período referido, los inspectores del INYM realizaron constataciones en 41 establecimientos, tomando como referencia el stock al 31 de octubre de 2016. “Se relevaron 235.285.722 kilos de yerba mate canchada, que constatados con los 264.518.300 kilos declarados como stock por los operadores al 31 de octubre de 2016, resulta que se ha constatado casi el 90 por ciento del stock existente (88,95 %)”, se detalla. “La diferencia global entre lo declarado y lo constatado es menos al 1 % (0,1766 %)”, agrega.

El mismo informe destaca que “16 empresas concentran el 70 % de stock de yerba mate canchada, porcen-

tual que coincide tanto en las constataciones como en las declaraciones juradas”, y advierte que en el 2012 los datos reflejaban que “11 establecimientos concentraban este porcentaje de stock”.

Otro aspecto señalado es que en 3 establecimientos se evidenció diferencia entre lo declarado y lo constatado superior al 5 %, y en 11 lugares se detectaron depósitos y/o plantas de estacionamientos que no están inscritas en el Registro de Plantas y Depósitos de la Actividad Yerbatera o con medidas que no coinciden con los registros del INYM.

Además, se realizaron más de 30 inspecciones a intermediarios y prestadores de servicio de cosecha y flete de la zona productora, por operaciones de compra-venta de hoja verde, cuyos trámites se encuentran en distintos estados de avance, muchos de ellos en etapa sumarial.

Como resultado de éstas tareas se ha procedido a la suspensión de 1 secadero, de 2 intermediarios “por falta de subsistencia del domicilio” y a otros 2 “por incumplimiento de requerimiento de documentación”, entre otras acciones.

Por otra parte, 183 operadores fueron dados de baja en los términos de la Resolución 95/15 por no haber declarado movimientos en los últimos 12 meses, iniciándose inspecciones a aquellos operadores que fueron declarados por otros sujetos.

Además de las tareas descritas, la acción de del el Área de Fiscalización del INYM abarca controles de ruta, en conjunto con fuerzas de seguridad (Policía y Gendarmería Nacional), para verificar y fiscalizar el traslado



DATOS DEL RELEVAMIENTO

- ▶ Se constató el 88.95% del stock existente
- ▶ 16 empresas concentran el 70% del stock de yerba mate canchada (en 2012 eran 11)
- ▶ Se suspendió 1 secadero, de 2 intermediarios y otros 2 por falta de documentación
- ▶ Se dio de baja a 183 operadores por no haber declarado movimientos en 12 meses.

de yerba mate en cualquier modalidad y la documentación que avala los mismos, y el control en dos puestos de control fijos, en forma continua y permanente, en la salida de la zona productora, en la provincia de Corrientes: Cuay (Santo Tomé) y Filadelfia (Ituzaingó). Dada su ubicación estratégica sobre las Rutas Nacionales 14 y 12, respectivamente, toda la yerba mate que sale de zona productora en cualquier modalidad debe pasar por los mismos, y por lo tanto queda registrada, con lo cual constituye una fuente de información estadística muy importante para el Instituto ya que permite analizar, entre otras cosas, el comportamiento y evolución de la demanda de yerba mate, y planificar acciones fuera de la zona productora.

Además, se efectúan inspecciones y notificaciones a operadores del sector yerbatero para verificar el cumplimiento de las normas vigentes, entre ellos el Convenio de Corresponsabilidad Gremial, y del precio de la materia prima. Estas tareas incluyen controles de documentación que respaldan los movimientos de yerba mate, en cualquier modalidad, controles de stock de materia prima (descrito inicialmente), verificación con respecto a lo presentado en las declaraciones juradas, condiciones de recepción y acondicionamiento de materia prima, etc.

Asimismo se realizaron en distintos puntos del país relevamientos en góndola de paquetes de yerba mate envasada a efectos de verificar el correcto y auténtico estampillado que respalda el pago de la Tasa de Inspección y Fiscalización, y relevamiento de marcas y precios de yerba mate elaborada.

Nuevas normas para el control de la yerba mate

El Directorio del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) informa que fueron actualizados el Régimen de Documentación de Movimientos de la Materia Prima y los Reglamentos de Cosecha y Secanza, incorporando aspectos técnicos vigentes y experiencias resultantes de la aplicación ininterrumpida de la Resolución INYM N° 49/02 por casi 15 años, y la Resolución INYM N° 54/08, vigente desde hace 8 años.

La medida se enmarca en el Artículo 3 de la ley 25.564 del INYM, orientada a asegurar un manejo más adecuado de la materia prima, y el Plan Estratégico para el Sector Yerbatero.

Respecto a la documentación se establecen como obligatorios los siguientes documentos que avallan los movimientos de yerba mate:

► **REMITO:** para documentar el traslado de la hoja verde cosechada desde la chacra hasta el secadero, que cumplan las previsiones de la RG AFIP DGI 1415 y modificatorias, estando obligado a emitirlo el sujeto que realiza el traslado de la materia prima.

► **COMPROBANTE DE RECEPCIÓN DE HOJA VERDE DE YERBA MATE:** tiene como destino documentar la recepción de hoja verde de yerba mate, debiendo identificar con carácter ineludible al operador que entrega la hoja verde. Este comprobante DEBE SER EMITIDO por triplicado por todo operador que recibe hoja verde, sea, secador, intermediario o prestador de servicio de cosecha y flete, a excepción de aquellos que presten exclusivamente el servicio, y un ejemplar debe ser entregado al productor.

Por otra parte, se establece que todos los secadores deben exhibir en lugar visible el precio de la materia prima, hoja verde y yerba mate canchada, así como la obligatoriedad por parte del operador de exigir la entrega del comprobante de recepción.

Respecto a la documentación que respalda la tenencia y traslado de la yerba mate canchada, se establece como obligatorio la tenencia del Libro de Movimientos y Existencias por parte de secadores, molineros, molineros fraccionadores, acopiadores y prestadores de servicio de estacio-



namiento acelerado, conforme las previsiones de la Resolución AFIP DGI 86/98, debiendo el mismo estar actualizado, indicando, en caso de corresponder, los periodos de inactividad.

A los efectos de identificar el origen de la yerba mate canchada, al momento del embolsado, los secaderos deben colocar en cada bolsa o elemento contenedor una etiqueta que identifique al operador, fecha de elaboración y tipo de secanza utilizada, la cual deberá ser conservada durante su almacenamiento, transporte y comercialización. En el caso de que el almacenamiento se produzca a granel, deberá llevarse una planilla de movimientos conteniendo los mismos datos que las etiquetas de bolsa.

Todas estas medidas adoptadas por el Organismo tienen por finalidad identificar de manera más precisa el origen de la hoja verde y yerba mate canchada, su tenencia y transporte, para de esta manera propender a la transparencia del mercado.

► Para mayor información, el Régimen de Documentación y los reglamentos de cosecha y secanza pueden encontrarse en la página web del INYM (www.inym.org.ar)



Nuevo régimen de reintegro a las exportaciones

Los nuevos reintegros diagramados por el Ministerio de Agroindustria, a cargo de **Ricardo Buryaile**, empezaron a funcionar el lunes 2 de enero de 2017 luego de la publicación del Decreto 1341/2016 en el Boletín Oficial. La medida implica la modificación en los porcentajes para los productos agropecuarios y agroindustriales, aplicables a las posiciones arancelarias del Mercosur.

De acuerdo al comunicado emitido por el Ministerio de Agroindustria, “para algunas economías regionales, se pasa de 0 a 3%, como el caso de la miel, aceite de oliva, yerba mate, té; o a 3,5 a 4% si se trata de un producto fraccionado, y a 4,5% a 5% si se trata de extractos, esencias o concentrados de éstos últimos”.

Con este nuevo esquema de reintegros, la cartera que conduce Buryaile concreta la promesa efectuada en diciembre pasado, cuando se reunió con el Directorio del INYM y anticipó medidas de apoyo a la actividad yerbatera.

El Decreto consigna que además “se adicionará un 0,5% para tres tipos de productos, de acuerdo a la instrumentación que establecerá la cartera agroindustrial: aquellos que revistan la condición de ecológicos, biológicos u orgánicos; o los que cuenten con el derecho de uso del sello “Alimentos Argentinos Una Elección Natural” o con una Denominación de Origen (DO) o una Indicación Geográfica (IG)”. Este último caso es el de la yerba mate, ya que el año pasado el Ministerio de Agroindustria, a través de la Secretaría de Agregado de Valor, emitió la Resolución 13/2016 que otorgó la utilización de la Indicación Geográfica “Yerba Mate Argentina”.

Apoyo al INYM



El Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, **Ricardo Negri**, estuvo en Misiones y reiteró el apoyo del Gobierno Nacional al funcionamiento del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM); al mismo tiempo que anticipó una tarea conjunta para resolver temas de la agenda yerbatera.

“Vine a Posadas por la cadena yerbatera y a fortalecer el INYM porque es la institución que tiene la cadena para arbitrar y enfrentar los desafíos”, subrayó tras la reunión que mantuvo, con el Directorio del INYM, encabezado por el ingeniero **Alberto Re**. Durante su encuentro con los representantes yerbateros, Negri hizo hincapié en el apoyo del Gobierno Nacional al funcionamiento del INYM y también en la similitud del diagnóstico que plantearon los distintos actores de esta actividad económica. “El diagnóstico es bastante parecido entre todos los sectores y tenemos que trabajar en la institucionalidad del INYM, que no está solo sino que tiene el apoyo de las instituciones del Gobierno Nacional, y el trabajo con las dos provincias (Misiones y Corrientes) que es fundamental para resolver los problemas”, apuntó.

Plazo para actualizar datos de productores e inscribir yerbales

El Directorio del Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) informa que se prorrogó hasta el 31 de marzo de 2017 el operativo de registro de yerbales y, en forma simultánea, la actualización del registro de productores en diferentes localidades de la zona productora (Misiones y Corrientes).

La iniciativa se enmarca en las recién aprobadas Resoluciones N° 366/16 y N° 365/16; que crea el Registro de Yerbales, la primera; y establece que todas las personas deben actualizar su inscripción

en el Registro de Operadores del Sector Yerbatero, la segunda. El objetivo es identificar fehacientemente la cantidad de hectáreas y personas humanas o jurídicas que se dedican a la actividad.

Así, hasta el 31 de marzo de 2017 inclusive, el INYM tendrá habilitados 19 lugares en los diferentes municipios de la zona productora (Misiones y Corrientes), donde los propietarios de yerbales podrán acercarse a inscribir su yerbal y los productores a actualizar su condición de productor.

NO AL TRABAJO INFANTIL EN TODA LA CADENA DE LA PRODUCCIÓN YERBATERA



Las leyes vigentes **prohíben todo tipo de trabajo infantil** (menores de 16 años) y **regulan el trabajo de adolescentes** (16 a 18 años).

El artículo 148 bis de la ley 26.847 configura como delictivo el aprovechamiento económico del trabajo infantil y **reprime con prisión de 1 a 4 años al que incurriere en estas conductas.**

Estas disposiciones forman parte del Convenio de Corresponsabilidad Gremial (CCG), y todos estamos obligados a cumplirlas.

Por lo tanto es de vuestra responsabilidad y puede ser denunciado penalmente, en caso de permitir el ingreso de menores de edad a sus plantaciones, aún cuando sólo lo hagan para acompañar a sus padres.

Sr. OPERADOR

UD. PUEDE COLABORAR LLAMANDO AL:

MINISTERIO DE TRABAJO

0800 666 4100

**EVITAR EL TRABAJO INFANTIL
ES RESPONSABILIDAD DE TODOS.**



INYM
INSTITUTO NACIONAL
DE LA YERBA MATE