

Yerba mate

La infusión del Cono Sur

Prof. Luis A. De Bernardi

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca



La cuenca yerbatera argentina se ha distinguido por su progresiva evolución. La innovación, la incorporación de nuevas tecnologías y la capacidad de adaptación para satisfacer una demanda cada vez más exigente, contribuyeron a potenciar el desarrollo de la cadena productiva de la infusión más consumida en el cono sur de América.

Producción nacional

La región donde se desarrolla la planta de yerba mate (*Ilex paraguariensis* Saint Hilaire), comprende la totalidad del territorio misionero y la zona norte de la provincia de Corrientes, abarcando allí parte de los departamentos de Santo Tomé e Ituzaingó.

Esta cuenca reúne características agroecológicas ideales que permiten alcanzar, de acuerdo a la superficie plantada, una producción potencial de 1.000.000 de toneladas de hojas de yerba mate al año. Dicho volumen, una vez que se moviliza y pasa por los distintos tipos de secaderos, da como resultado una cantidad equivalente a 340.000 toneladas de yerba mate canchada, cuyo proceso de elaboración y envasado distingue y diferencia al sector industrial.

De acuerdo a los informes difundidos por el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM), existen 204.220,8 hectáreas plantadas, de las cuales, 183.936,9 se hallan en territorio misionero y las 20.283,9 restantes en la provincia de Corrientes. Dicha superficie está en manos de 17.521 productores independientes.



En su gran mayoría la cosecha se realiza manualmente, utilizando en forma intensiva mano de obra calificada.

Los establecimientos donde se aplica la recolección mecánica, tienen sus parcelas dispuestas con mayor densidad y con plantas seleccionadas a través del mejoramiento genético que permiten obtener un producto de calidad diferenciada.

Características productivas

En el período que comprende los años 2000/09, el sector primario experimentó un impacto económico negativo, como consecuencia del deprimido valor de la materia prima. Una producción excedentaria en relación a demanda del sector industrial configuró un escenario de desequilibrio que afectó especialmente a los productores con cultivos cuya densidad por hectárea es inferior a 1.000 plantas y bajo o nulo nivel de tecnología.

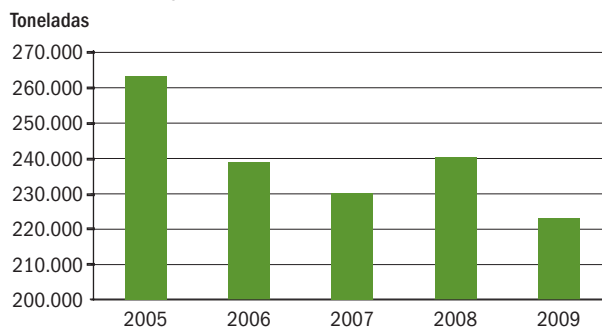
En cambio, en aquellas plantaciones con densidad mayor -que en algunos casos superan las 1.800 plantas por hectárea- el impacto económico se ha visto atenuado. Los datos disponibles indican que el 48% de los yerbales pertenece a la franja de alta densidad, que el 25% es de densidad media y el resto, es decir 27%, puede considerarse de baja densidad. Estos últimos, además, se encuentran en suelos erosionados y empobrecidos por afectos de una prolongada explotación ininterrumpida.

Paradójicamente las circunstancias que permitieron encontrar el punto de equilibrio entre oferta primaria y demanda industrial, fue una sucesión de factores climáticos adversos tales como sequía, granizadas, inundaciones y tornados. Como permite comprobar el siguiente cuadro, en 2009 el ingreso de hoja de yerba verde a los secaderos cayó un 4.9% comparado con el año anterior. En cambio, si se observa la variación del quinquenio 2005/09 la caída se ubicó en el orden del 11%.

En términos climáticos el año 2010 resultó más auspicioso. De hecho, en el primer semestre del año temperaturas y lluvias favorecieron sustancialmente las plantaciones. Los suelos recuperaron la productividad y la humedad de su perfil, que ahora se halla en valores que apropiados, sin las limitaciones que caracterizaron al período anterior.

En 2009 la producción de yerba mate canchada cayó un 7,2%

Producción de yerba mate canchada



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos del INYM.

respecto al año anterior, pero si se analiza el último quinquenio, surge que la variación de todo el período 2005/09 fue negativa, la caída alcanzó el 15%, lo que exige un renovado análisis.

Contrariamente a la circunstancia descrita, la región presenta actualmente condiciones únicas para revertir esta situación, especialmente si se profundiza la atención en las prácticas culturales y se instrumentan programas de diversificación y/o reconversión productiva. Los expertos aseguran que con los clones de las nuevas plantas seleccionadas se puede obtener la misma producción en menos de la mitad de la superficie cultivada, lo que facilita el manejo del cultivo y maximiza los beneficios del recurso suelo.

El proceso industrial

Existen en la actualidad 239 secaderos inscriptos, de los cuales 225 están ubicados en la Provincia de Misiones y los 14 restantes en Corrientes.

La secuencia de este proceso productivo comprende cuatro etapas: zapecado, pre-secado, secado, trituración y clasificación.

Según el tipo de producto y las características del secadero, la elaboración final responderá a la traza o a partidas que en parte se combinan para lograr un *blend* exclusivo. El tiempo de secado responde a un criterio de clasificación.

Estacionamiento

La yerba canchada es colocada en bolsas preparadas para contener unos 50 Kg. Su guarda para alcanzar el añejamiento en



depósitos naturales (noques), y varía entre los nueve y los quince meses de estacionamiento.

Otra de las técnicas consiste en reducir el tiempo de maduración en cámaras que aceleran el proceso. Estas estructuras también posibilitan homogeneizar las partidas para consolidar el producto deseado.

Industria molinera

Una vez alcanzadas la homogeneidad y el añejamiento deseados las partidas seleccionadas se fraccionan y se envasan. Acondicionados en paquetes, cajas, estuches o fardos de variadas cantidades, los “*packs*” ubicados en “*pallets*” tienen como destino los diversos canales de distribución.

Si bien no todos los establecimientos industriales pueden establecer estándares uniformes para las distintas etapas, tanto en lo atinente a calidad como a desarrollo y mejoramiento de procedimientos agroindustriales, el nivel alcanzado es elevado. El sector está compuesto por 149 industrias molineras inscriptas, de las cuales las 10 primeras comercializan y distribuyen el 80% de la yerba mate elaborada; el 20% restante queda segmentado en empresas pequeñas y medianas.

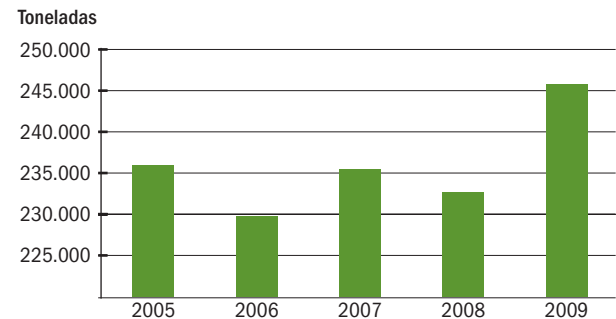
Comercialización

El volumen de ventas en el canal mayorista creció en 2009 y se estima que –comparando ambos años– en 2010 el incremento habría superado el 2,5%, favorecido por un escenario positivo. La demanda registrada este último año mantuvo una dinámica que movilizó favorablemente a la cadena. Se registró una mayor propensión al gasto y eso fue muy perceptible en los almacenes de barrio, maxi-quioscos y mini-mercados.

Este comportamiento del mercado, unido al accesible precio de la yerba mate, permite que el consumo de la infusión se halle al alcance de todos los presupuestos. Ese positivo horizonte comercial anima al sector industrial a incrementar los esfuerzos. En esta etapa las empresas de primer nivel vuelven a tener un renovado protagonismo pero esta vez incorporando mejores técnicas. En 2010, la reactivación del consumo fue sostenida y abrió un abanico de mayores posibilidades manifestado por anuncios de inversiones dirigidas, en general, a mejorar la distribución de los productos.

Lo cierto es que las bocas de expendio incrementan progresivamente su número, factor que además alienta el desarrollo de otras formas de consumo de la infusión. Y como la demanda se orienta con firmeza hacia el consumo de los productos denominados naturales las hierbas van ganando aceptación y popularidad a nivel global.

Yerba mate elaborada a la salida de molino



Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca en base a datos del INYM.

Ya son varias las empresas que tienen una imagen acreditada en el mercado y comenzaron hace varios años a ofrecer productos diferenciados, mayor variedad de sabores y con distintos agregados de comprobado beneficio para la salud.

Consumo

Las expectativas de producción, elaboración y consumo de yerba mate siempre fueron halagüeñas, y ayudaron a que desde mediados del siglo pasado Argentina se convirtiera en el principal productor mundial de esta infusión.

La yerba mate es una presencia habitual en más del 90% de los hogares argentinos, favorecida además por los fuertes vínculos que tiene la infusión con nuestras tradiciones y costumbres.

La variación de yerba mate a salida de molino 2008/09 fue positiva en 5,7%, y si la compara con el quinquenio 2005/9 la suba alcanza el 4%, lo que revela un sostenido crecimiento.

Si bien el consumo ha tenido fluctuaciones, se vio favorecido por el repunte de la actividad económica, especialmente en los sectores de menores ingresos que se vieron favorecidos por planes sociales, asignación universal y la multiplicación de trabajos temporarios, que tonificaron la economía e impulsaron un consumo que se estaría ubicando en los 6,7 Kg./hab./año, equivalentes



a la ingesta de unos 100 litros de la infusión.

Cuando se analiza el positivo panorama que atraviesa el sector, los analistas destacan el papel jugado por algunas medidas oficiales que alentaron la reactivación del consumo. De hecho, en la última década la yerba mate pasó a un producto usual en todas las góndolas, expresión clara de una demanda consolidada.

En el cuadro siguiente figuran las firmas que a través del tiempo mejorar e introducir innovaciones en sus productos, sin dejar de lado el estilo que las hizo favoritas de acuerdo a la trayectoria y al reconocimiento que registran en plaza. Son las que comercializan aproximadamente el 80% del volumen total de yerba mate elaborada en el país.

Principales empresas	Marcas comerciales
Est. Las Marías S.A.	Taragüi
Hreñuk S.A.	Rosamonte
Molinos Río de la Plata	Nobleza gaucha
La Cachuera S.A.	Amanda
J. Llorente S.A.	La tranquera
CBSé S.A.	CBSé
Cooperativa Agrícola Liebig	Playadito
Gerula S.A.	romance
Coop. Santo Pipó	Piporé
Coop. Agrícola Monte Carlo	Aguantadora

Cuando se comparan los 100 litros anuales de infusión de mate *per capita* que consume la población con el nivel alcanzado por otras bebidas -como por ejemplo las gaseosas- se observa que holgadamente la yerba mate duplica las cifras, e inclusive llega a superar la suma de lo que se consume en el país de cerveza, vino y agua mineral.

Y cuando se confrontan las cifras con las de otras infusiones como el café o el té, las diferencias son aún mayores, lo que revela el indiscutido trono que ocupa el mate en nuestros hábitos de consumo.

Propiedades nutricionales

De los análisis químicos realizados a la yerba mate surge que el contenido en vitaminas B1 y B6 de 100 gramos de yerba al-

canzan para satisfacer el 100% y el 47% respectivamente de la Dosis Diaria Recomendada (DDR). En minerales, una cebadura de ½ litro de agua en 50 gr. de yerba aporta el 27 % del potasio y el 60 % del magnesio recomendado diariamente. Además la infusión tiene efectos diuréticos, digestivos y estimulantes, basados estos últimos en su contenido de cafeína y, en menor medida, de teobromina.

Trabajos recientes efectuados por científicos argentinos han demostrado que las infusiones de yerba mate, como cebadura o mate cocido, poseen una alta actividad antioxidante, determinada por su elevado contenido de ácidos clorogénicos. También pudo determinarse que la ingesta de una porción de mate cocido, alcanza una actividad antioxidante igual a la de una porción similar de té verde, y que en ambos casos resulta superior a la que provoca la infusión de té negro.

Nuevas alternativas

En la última década, la yerba mate comenzó a presentarse en diferentes mercados de un modo distinto al tradicional. La diversidad para desarrollar y elaborar otros productos sobre la base del *Ilex paraguariensis*, permite que lenta pero progresivamente la yerba vaya ocupando diferentes nichos de mercado.

En el exterior se elaboran bebidas energizantes, aguas saborizadas, bebidas colas, preparados con leche, y también se la utiliza como *blend* de hierbas exóticas, saborizante de cervezas amargas, helados, licores, etc.

Un desarrollo sumamente original ha sido su utilización en cosmetología, ya que la yerba mate se pudo integrar a fórmulas para elaborar jabones, perfumes y cremas, entre otros productos que suelen utilizarse en los *spa*. Se advierte así que como subproducto también puede estar presente en otros mercados además de los tradicionales de la alimentación.

Fuentes consultadas

Ministerio del Agro y la Producción de la Provincia de Misiones - Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM) - Cámara de Molineros de Zona Productora - Asociación de Productores Industriales de Corrientes - EEA-INTA Cerro Azul. Misiones - Universidad Nacional de Misiones - Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).