

| | | |
|-------------------------------------|-------------|----------|
| INSTITUTO NACIONAL DE LA YERBA MATE | | |
| INYM | | |
| * | 26 ENE 2026 | * |
| DESPACHO | | |
| RECIBIDO | | Ns. 9184 |

Posadas, Misiones 26 de enero de 2026

SEÑOR

PRESIDENTE DEL INYM

Cdor. RODRIGO CORREA

S/DESPACHO

Los abajo firmantes, miembros del consejo de administración de la FEDERACION DE COOPERATIVAS AGRICOLAS DE MISIONES Ltada. – FEDECOOP-, tenemos el agrado de dirigimos a Ud. a fin de elevar a vuestra consideración, las inquietudes y propuestas, que seguidamente se expondrán, que pretenden ser un aporte, desde nuestra posición, para enfrentar el dramático momento, por el cual atraviesa la actividad yerbatera.

I. La situación actual. A nadie escapa la difícil coyuntura, que enfrenta el sector productivo-yerbatero, afectado, por precios irrisorios de la materia prima, que no llegan a cubrir, en la mayoría de los casos, ni siquiera el 50%, del costo de producción de la misma, cobrados en muchos casos a muy largos plazos, con la implicancia que, tiene el traslado de los costos financieros al productor. Todo esto produce efectos sociales devastadores, en todo el tejido social, del interior profundo de la Provincia de Misiones, al colocar al productor, al límite de su subsistencia, con el consabido efecto que, ello produce, en toda la actividad económica de la región, al ser la yerba mate, la actividad económica que, dinamiza la economía del interior provincial, por la gran cantidad de personas afectadas a su producción, y por el uso intensivo de la mano de obra.

II. Mercado yerbatero: su especificidad. En el caso del mercado yerbatero, estamos en presencia de un mercado de competencia imperfecta, caracterizado por una demanda inelástica, incapaz de absorber, las variaciones significativas de la oferta. Ello hace que, el libre juego de la oferta y la demanda, no aporte soluciones, porque produce, en el caso de exceso de oferta, una depresión profunda de los precios, en este caso de la materia prima – yerba mate -,

que, afecta primordialmente al productor, pero que a la postre produce consecuencias económicas, productivas y sociales, que afecta al tejido social.

Por ello resulta de vital importancia, contar con instrumentos y con políticas que, permitan lograr una equilibrio permanente, entre la oferta y la demanda de materia prima, para asegurar precios sustentables a los productores, y precios razonables, para los consumidores. En nuestra opinión, la Ley N° 25.564, preveía en su redacción original, los mecanismos adecuados para lograr ese equilibrio mentado, sin perjuicio que, puedan existir otros, motivo por el cual, consideramos que, la recuperación de las facultades derogadas por el DNU 70/2023 – y otras normas dictadas en su consecuencia-, por parte del INYM, debe constituir un objetivo primordial del sector productivo yerbatero, para lograr una actividad pujante, en constante crecimiento, con precios justos, y generadora de muchos puestos de trabajo, bien remunerados.

En ese sentido adherimos, al pedido formulado, por las asociaciones que representan a los productores primarios, en cuanto solicitan, la instrumentación de un plan de trabajo conjunto, para abordar las distintas problemáticas del sector, la que debería contar con la participación de los representantes de los distintos eslabones de la cadena productiva.

III. Además desde nuestra posición, queremos realizar algunos aportes, y propuestas, cuya instrumentación, pueden contribuir, a paliar la difícil situación del sector, además de garantizar, la calidad del producto, y el crecimiento del mercado yerbatero, lo que redundará en beneficio de todos los eslabones del mismo.

- a) **Contralor de la calidad del producto.** Teniendo en cuenta que, el INYM, conserva las facultades de contralor de la calidad del producto – yerba mate-, vemos la necesidad de intensificar los controles, que, aseguren que, el producto que llega a la góndola, reúna todos los estándares de calidad, establecidos por la propia normativa del Instituto, por el Código Alimentario Argentino, y por toda la legislación aplicable, considerando que, de las propias inspecciones realizadas por el Instituto surgieron la existencia de algunas marcas, que, no dan cumplimiento a tales estándares. A fin de lograr

mejores resultados, sin perjuicio de lo que tendrá que seguir haciendo el INYM al respecto, sugerimos la firma de convenios, con el Senasa y con la Anmat, lo que permitiría ampliar las posibilidades de verificación y por ende lograr mejores resultados.

b) **Exportación de subproducto de la yerba mate.** Dado que, existe interés concreto de una empresa brasileña, por comprar, el excedente de palos, que se genera en el proceso de la yerba mate, y que actualmente tiene como destino legal el descarte, para destinarlo a producir alimento balanceado para el ganado bovino, entre otras aplicaciones, lo que ya ha sido objeto de análisis y discusión dentro del INYM, consideramos que, tal posibilidad debe ser aprovechada, para generar una nueva oportunidad comercial para el sector, lo que, en nuestra opinión debe hacerse, garantizando, la inutilización de dicho subproducto, para el consumo humano, para evitar que, el mismo, pueda ser utilizado como agregado en el paquete de yerba mate. La normativa deberá contemplar estas situaciones.

c) **Política de publicidad de la yerba mate.** En nuestra opinión, la expansión del mercado yerbatero, tanto nacional como internacional, debe ser un objetivo constante del INYM y de todo el sector. No es necesario explicar que, ello redundará en beneficio de toda la cadena productiva, amén de constituir un modo genuino de equilibrar la oferta y la demanda, con el consabido beneficio, que ello reportará, a la sustentabilidad del sector productivo yerbatero. Es de público conocimiento que, el Instituto, financió durante todos estos años, numerosos estudios científicos, que demuestran la bondades de nuestro producto, y los beneficios que, su consumo genera en la salud humana. Ahora bien, creemos que, la política de publicidad, que realiza el INYM, debe tener como uno de sus ejes, hacer conocer, todos esos beneficios, al público en general, con el objetivo, de acrecentar geoméricamente el número de consumidores de yerba mate. Sabido es que, en la actualidad, existe una gran demanda de productos sanos, con millones de personas ávidas de consumirlos, existiendo en ese sentido una oportunidad enorme para la yerba mate, que no debe desaprovecharse. Otra cuestión que nos parece, importante, es que esa política de publicidad, se

valga de todos los medios al alcance, sean estos tradicionales – televisión medios gráficos etc.-, o nuevos – redes sociales etc.- Por ello creemos que, debe instrumentarse una política de publicidad constante, que difunda el producto genérico “yerba mate”, y que de publicitarse alguna marca, deberá otorgarse a todas las de mercado la posibilidad de hacerlo, en igualdad de condiciones.

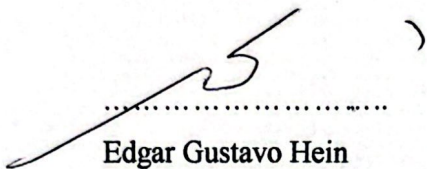
d) Difusión de nuevas formas de consumo. Que, otro aspecto, que consideramos importante, es que la política de publicidad del INYM, difunda, no solo la forma tradicional de consumo, sino también todas las formas alternativas, que ya existen en el mercado. Ello tanto en el mercado interno como en el internacional, lo que será de mucha relevancia tenerlo en cuenta, en la asistencia a las distintas ferias nacionales o internacionales, a la que asista el INYM, las cuales debería ser la vidriera que, muestre al consumidor, toda la gama de posibilidades de consumos que ofrece la yerba mate.

e) Continuidad y defensa del Convenio de Corresponsabilidad Gremial. El convenio de corresponsabilidad gremial, constituye un valioso instrumento, con el que cuenta el sector, el cual ha permitido, la regularidad total, de todas las relaciones laborales, vinculadas al trabajo de la yerba mate, eliminado la competencia desleal, que existía en el pasado, facilitando, además, el pago de las cargas sociales, a los productores, y una mayor recaudación al estado. Es decir todos nos beneficiamos con el mismo. Si bien, tal convenio surge del acuerdo de las partes interesadas, el INYM cumple un rol esencial, en el mismo. Por ello, solicitamos, que desde el Instituto, se defiendan la continuidad del CCG, publicitando a todos los actores interesados, las bondades del sistema.

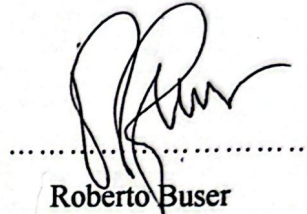
f) Instrumentación de la estampilla digital. Creación de un fondo de becas. Desde el sector cooperativo, hace algunos años, se impulsó la instrumentación de la estampilla digital, que sustituya al sistema actual. Con ello, se lograría un ahorro importante de recursos, estimados en varios cientos de millones de pesos, lo que implicaría dotar a la administración del INYM de mayor eficiencia y austeridad. Por ello, solicitamos se avance con

la instrumentación de tal sistema, y proponemos además, que con los recursos ahorrados, por esta medida, se cree un fondo de becas estudiantiles, destinados, a hijos de productores yerbateros, que cursen estudios, sean primarios, secundarios o universitarios.

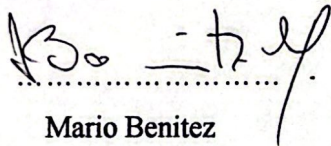
SIN OTRO PARTICULAR SALUDAMOS A UD. ATTE.



Edgar Gustavo Hein
Presidente Fedecoop



Roberto Buser
Consejero Fedecoop



Mario Benitez
Consejero Fedecoop