

EL MERCADO DE LA YERBA MATE EN ARGENTINA

Leonela Cornejo

Licenciatura en Economía. Universidad de Buenos Aires

Se investiga sobre las características del mercado de la Yerba Mate en la Argentina, utilizando el marco teórico que aporta el Paradigma de Sherer. Siguiendo con sus lineamientos, el trabajo se inicia con los aspectos referidos a las condiciones básicas del mercado, rasgos exógenos como la ubicación espacial del cultivo a nivel nacional y mundial, las características climáticas para el desarrollo de la planta, su composición y propiedades y el proceso de elaboración.

Luego se analiza la morfología del mercado, es decir su estructura. Para ello es importante mencionar los actores que participan en la cadena agroalimentaria: la cantidad de productores primarios, su distribución espacial, tamaño y densidad de los cultivos, la mano de obra utilizada y maquinaria, los secaderos (cantidad y ubicación), los molinos (cantidad y ubicación), los productores integrados, las cooperativas yerbateras y la comercialización, donde cobran importancia los supermercados e hipermercados a la hora de fijar los precios finales del producto y las condiciones de pago a los proveedores. Se observa que la atomización de los productores primarios frente al oligopolio molinero demandante de la yerba canchada que procesan los secaderos debilita el poder de negociación de los primeros, en la determinación de los precios de sus cosechas de hoja verde. Esto se ve agravado por la sobreproducción existente de forma permanente. Se destinan unas líneas a la caracterización del mercado interno como es la forma de consumo y el consumo per cápita y al mercado externo, toneladas exportadas, destino y evolución de precios y cantidades.

La conducta de los actores se esquematiza utilizando la teoría de los juegos, para el caso de juegos no cooperativos tipo dilema del prisionero y juegos con horizonte infinito y salida del acuerdo tácito. Se detecta la existencia de fallas del mercado que buscan resolverse mediante la cooperación de iniciativa privada y la regulación estatal, fijando un precio sostén. Cuando se analiza el desempeño del mercado se considera el cálculo del margen bruto de comercialización, la estructura de costos sectorial y en los casos posibles un acercamiento al margen de rentabilidad.