

Caracterización socioeconómica, productiva y de comercialización de productores de yerba mate distrito de Paso Yobai del Departamento de Guairá

Darío Ramón Ferreira Maldonado¹ y Crispín Centurión González^{1*}

¹Facultad Ciencias de la Producción, Universidad Nacional de Caaguazú. Caaguazú, Paraguay

*Autor para correspondencia: centupin@hotmail.com

RESUMEN

En el Paraguay, la mayor parte de la producción de yerba mate es producida para el mercado interno; no obstante, existe una gran demanda tanto a nivel nacional como internacional, principalmente en países como Argentina y Brasil, esto obedece a que las superficies de producción fueron eliminadas debido al auge de la agricultura empresarial, así el presente trabajo de investigación tuvo por objetivo general, analizar las características socioeconómicas, productiva y de comercialización de yerba mate de los productores del distrito de Paso Yobai durante el periodo 2019. La investigación se llevó a cabo en el distrito de Paso Yobai del departamento de Guairá. La población estuvo constituida por 131 productores y el muestreo fue probabilístico aleatorio simple representando el 40% de la población. Las dimensiones fueron características sociales de los productores de yerba mate, importancia económica de la producción, sistema de producción y comercialización y la rentabilidad de la comercialización. El diseño fue no experimental, de corte transversal y nivel de conocimiento descriptivo. Para la obtención de los datos se utilizó la técnica de la encuesta. Se aplicó estadística descriptiva con medidas de centralización y dispersión. En cuanto a las características sociales de la muestra, el 94% afirmaron que son los padres quienes encabezan el hogar, de los cuales el 60% con intervalo de edades entre 36 a 58 años; así mismo, el 52% poseen un promedio de tres hijos, de los cuales el 52% no concluyeron la educación escolar básica. Respecto a la importancia económica de la yerba mate, el 60% de la muestra afirmaron producir entre 1 a 3 ha, siendo el principal rubro de renta, donde el 76% producen sus propios plantines y el 96% realiza labores de fertilización, control de plagas y enfermedades; sin embargo, el 70% de la muestra perciben menos del jornal mínimo diario vigente. El principal canal de comercialización son los acopiadores a un precio de 1.700G/kg de hoja. En cuanto a la relación costo/beneficio el rendimiento promedio obtenido fue de 7.000 kg/ha cuyo costo de producción se estimó en 5.550.000G, con un índice de rentabilidad 1,14 lo que ayuda a inferir que el proyecto es rentable.

Palabras clave: plantines, semillas, rentabilidad, manejo, agroforestales.