

Tierra mate

Category: Comunidad Productiva

18 de diciembre de 2025



INDAGACIÓN

Tema /Subtemas:

Sabores saludables. Blends de yerba mate. La idea es combinar los beneficios de la yerba mate con sabores naturales y agradables, que podrían atraer a nuevos consumidores, especialmente en un mercado que valora la salud y el bienestar.

Pregunta impulsora:

¿Cómo generar y desarrollar ideas empresariales que, además de ser rentables, impacten positivamente en las aristas social y ambiental de nuestra Comunidad?

Contexto:

El contexto local como consumidor de yerba mate puede variar dependiendo de la región y el grupo social, pero generalmente está muy ligado a las costumbres y la cultura de países del Cono Sur, como Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil, donde el mate es una bebida tradicional.

El mate es una bebida consumida a lo largo de todo el día, en muchas casas, la rutina de «tomar mate» es casi un ritual matutino o vespertino. El consumo de mate tiene una fuerte carga social, es común que se comparta entre amigos, familiares o incluso en el ámbito laboral. Hay una amplia oferta de yerba mate, con distintas marcas, tipos de corte (corte fino, corte grueso) y blends con sabores agregados. El mate tiene un componente simbólico de identidad cultural, es un símbolo de pertenencia y un elemento que une a la gente en su vida diaria.

Por lo dicho, el contexto local como consumidor de yerba mate está profundamente vinculado a una experiencia social y cultural, donde el acto de compartir, el gusto por la tradición y el valor simbólico juegan un papel central. Sin embargo, también hay una apertura al mercado moderno y a nuevas formas de disfrutar de la yerba mate, cambiar el mate tradicional por un blend de yerba (mezcla de yerba mate con otros ingredientes, como hierbas, frutas, o incluso saborizantes artificiales) responde a varias razones, tanto desde el punto de vista de los consumidores como de los productores. La yerba mate tradicional, especialmente la versión más amarga, tiene un sabor muy característico que no todos los consumidores disfrutan. Los blends de yerba permiten suavizar o enriquecer ese sabor con otros ingredientes que ofrecen alternativas más agradables o novedosas para distintos paladares. El mate saborizado responde a la demanda de productos más personalizados, innovadores y atractivos. En

mercados fuera de Argentina, Uruguay o Paraguay, los blends de yerba mate pueden ser una forma de introducir el mate al consumidor internacional, que tal vez no aprecie la versión tradicional. Los blends pueden incorporar hierbas y sabores con propiedades adicionales, como la manzanilla para la digestión, el boldo para el hígado, o frutas cítricas para un extra de vitamina C. Los blends de yerba pueden incluir ingredientes orgánicos, de comercio justo o de producción sostenible, lo cual atrae a los consumidores interesados en prácticas más responsables con el medio ambiente o con los pequeños productores.

Frente a lo expuesto, y desde la orientación de Economía y Administración de la EESO N°222 «Pascual Chabás» deseamos impulsar y desarrollar una propuesta innovadora ante desafíos que nos atraviesan hoy como sociedad. Nuestros jóvenes necesitan y requieren ser incentivados para aprovechar oportunidades (como la que describimos precedentemente) que le permitan plantear y transitar sus propios Proyectos de vida, acordes con sus sueños y respondiendo a desafíos actuales, posibilitándoles posicionarse como sujetos de derecho y responsables socialmente de la construcción de una sociedad para todos: inclusiva y que garantice igualdad de oportunidades.

También somos conscientes de que en la actualidad, nos encontramos con una sociedad con un alto consumo de productos, y consecuentemente, una cultura tecnológica que genera una acumulación de residuos que contaminan nuestro medio ambiente, constituyéndose en un desafío para nuestros alumnos.

Frente a esta problemática, y respondiendo a la regla de las 5R de la Basura, surge la necesidad de promover la responsabilidad social y trabajar la cultura del consumo-cuidado y el desarrollo sostenible del ambiente. El actual modelo de producción y gestión de recursos, bienes y servicios que busca potenciar un consumo a corto plazo está llevando al planeta a una situación insostenible. El sistema económico vigente se desmarca diametralmente del ciclo de vida de la naturaleza y choca contra el desarrollo sostenible, enfocado a largo plazo. En la naturaleza no existen la basura ni los vertederos: todos los elementos cumplen una función de manera continua y son reutilizados para su aprovechamiento en diferentes etapas.

Frente a esta problemática ambiental, es nuestro interés enmarcar este Proyecto en el modelo de Economía Circular, entendido como un sistema de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

Objetivo general del proyecto:

Desarrollar en los estudiantes capacidades emprendedoras mediante la creación de un emprendimiento escolar de blends de yerba mate, integrando saberes de la orientación Economía y Administración, con enfoque en la innovación, la economía circular, la sostenibilidad ambiental y el compromiso social.

DISEÑO PEDAGÓGICO

Objetivos de Capacidades y de Aprendizajes que se desarrollarán con el proyecto:

Generar y desarrollar ideas de emprendimientos viables que respondan a necesidades del contexto local.

Resolver situaciones problemáticas concretas, con niveles de complejidad apropiados al nivel de conocimiento adquirido.

Resolver situaciones caracterizadas por la incertidumbre, la singularidad y los conflictos de valores, producir, compartir criterios, tomar decisiones, resolver conflictos de modo colaborativo.

Introducir conceptos facilitados por distintos profesionales de distintas instituciones, a fines de intercambiar saberes

Sensibilizar a futuros “capitales humanos” con potencial para crear soluciones alternativas y brindar servicios conexos al sector.

Desarrollar habilidades sociales como la comunicación, cooperación, responsabilidad, autonomía y la integración.

Integrar aprendizajes y aplicar las TIC para generar y presentar sus producciones.

ÁREAS Y CONTENIDOS

Educación Tecnológica (1° y 2° Año).

TEA (1° y 2° Año).

Administración (4° y 5° Año).

SIC (4° y 5° Año).

Economía (4° Año).

Orientación en Contextos Laborales (5° Año).

Contenidos curriculares:

Educación Tecnológica (1° y 2° Año):

El Proyecto tecnológico. Concepto. Etapas.

Análisis del producto tecnológico.

Responsabilidad social y ambientes naturales. responsabilidad social y ética personal.

Economía circular. Sostenibilidad. las 5R

Tecnologías de gestión. El empresario y las innovaciones. El personal y el éxito

organizacional. Importancia de los recursos humanos.

TEA (1° y 2° Año):

Las organizaciones. Concepto, clases y elementos que las forman.

La empresa. Concepto, clases, funciones. Ciclo operativo. Comercial e industrial.

Pymes y Microemprendimientos.

Administración. Concepto y funciones administrativas.

Introducción a la actividad comercial. Compraventa mercantil. precio de compra, de venta y de costo.

Recargo y rebajas en el precio de bienes y servicios.

Obligaciones impositivas. Sistema tributario. IVA. Nociones generales.

Documentos comerciales.

Administración (4° y 5° Año):

Área de compras y producción. relación de los Departamentos. Política de compras y su relación con la ética.

Stock. Clasificación y funciones. Métodos de control.

Inventario. Costos para valuar el stock. Fichas de stock.

Libros de deudores y proveedores.

Objetivos y funciones del Departamento de RRHH:

El reclutamiento. Tipos. Selección del personal. Etapas. Instrumentos.

Curriculum Vitae y carta de presentación.

La capacitación, el entrenamiento y el desarrollo para un puesto de trabajo.

Evaluación de desempeño.

Liquidación de sueldos en planillas de Excel.

Registración contable de asientos. mayorización de cuentas. Confección de balances de sumas y saldos.

Tratamiento contable de notas de débito y crédito comercial.

principio de lo devengado. Tratamiento contable.

Estados contables básicos.

Balance general. Situación patrimonial, económica y financiera. Ajustes. Arqueo de fondos y valores.

SIC (4° y 5° Año):

El ente. La empresa.

La información, concepto, requisitos. Clasificación.

El sistema de información. La contabilidad como sistema de información.

Etapas del proceso contable.

Documentos comerciales.

Libros de comercio. Registros contables principales. relaciones entre el diario general y el mayor general.

El patrimonio de las organizaciones. movilidad patrimonial. Patrimonio neto.

Resultados de la gestión empresarial. Ingresos, egresos, ganancias y pérdidas.

variaciones patrimoniales. operaciones registrales. Ecuación patrimonial básica y ampliada.

Las cuentas. Concepto y clasificación.

La partida doble. Principios básicos.
Clasificación y análisis de saldos contables.
Registración de las operaciones básicas de una empresa en el libro diario.
Registración de operaciones con IVA crédito y débito.
registración de operaciones con rebajas y recargos en el libro diario.

Economía (4° Año):

Organización de los mercados. mercado de competencia perfecta. Mercado de competencia imperfecta.

Demanda. Concepto. Ley de demanda. tablas. Curvas de demandas. Factores que la condicionan. Variaciones. Formas irregulares.

Oferta. Concepto. ley de oferta. Tabla. Curva de oferta. Factores que la condicionan.

Oferta y demanda. Equilibrio de mercado. Elasticidad.

Orientación en Contextos Laborales (5° Año):

El Emprendimiento. proyecto emprendedor. Ideas. Innovación. La persona emprendedora.

Trabajo. Concepto. Características. Trabajo en relación de dependencia e independiente.

Contrato de trabajo. derechos y obligaciones del empleador y del trabajador.

la remuneración. Jornada laboral. Descansos, vacaciones, licencias y aguinaldo.

Extinción del contrato de trabajo. preaviso, renuncia, despido

Recibo de sueldo.

Desafío Agromaker. Desarrollo de la idea. Planilla Canvas. Pitch.

Producto final esperable:

La producción de una línea de Blends de yerba mate con diferentes sabores, diseñada para jóvenes y adultos que buscan una alternativa saludable y atractiva al tradicional consumo de yerba mate, con destino al mercado local, que ponga en juego no solo los contenidos abordados en la orientación Economía y Administración, sino que también permita integrar a toda la Institución (Ciclo Básico, Cooperativa Escolar ASEI, Orientación Ciencias Naturales, Orientación Informática).

PLANIFICACIÓN

Duración del proyecto:

2026, 2027

Acciones a llevar a cabo:

El Proyecto se desarrolló durante todo el 2025 y tenemos proyectado sostenerlo en los próximos años.

Las acciones previstas para el año próximo, son las mismas que llevamos adelante durante este año:

Formación de los grupos de trabajo (docentes, alumnos).

Distribución de tareas para el desarrollo y concreción del Proyecto.

Presentación del Proyecto a los docentes.

Presentación del desafío a trabajar en cada espacio curricular.

Trabajo previo de los docentes responsables del Proyecto:

Explicación del CANVAS a los grupos participantes. Nos proponemos desarrollar un plan de negocios, tomando como base el Modelo CANVAS, el cual permite llevar a cabo una planificación estratégica del Proyecto anual de producción de blends de yerba saborizada.

Encuestas a posibles clientes.

Elaboración del producto.

Campañas de publicidad en redes sociales.

Elección y elaboración del packging, promoviendo acciones de Economía Circular.

RECURSOS

Necesarios para llevar adelante el proyecto:

PC

INTERNET

IMPRESORA

KIT LIBRERIA

TV

Organizaciones aliadas:

Comuna de Chabás.

Bolsa de comercio de Rosario.

Universidad Austral.

UNR. Cátedra Emprendimientos.

FORMACIONES ESPECÍFICAS REQUERIDAS:

Cooperativismo, mutualismo y emprendimientos, Diseño gráfico y editorial, Emprendedorismo

Estrategias de Comunicación, Huertas Escolares, Agricultura Urbana e Hidroponia

EVALUACIÓN

Criterios e instrumentos de evaluación:

Presentación del proyecto en el certamen Agromakers (Pitch).

Evaluaciones individuales en los distintos espacios sobre los contenidos propuestos en el desarrollo del Proyecto.

Presentación de trabajos prácticos sobre el avance del Proyecto por etapas

SOCIALIZACIÓN

Del proyecto:

Los coordinadores del Proyecto, la Cooperativa Escolar ASEI, se comunicarán por WhatsApp y mail con alumnos, emprendedores, docentes y asistentes escolares colaboradores.

Los docentes responsables de llevar adelante la propuesta de trabajo en el aula, se comunicarán personalmente con los alumnos participantes durante las clases previas al evento, como también implementarán las vías de comunicación tradicional que tiene cada uno con sus alumnos.

Realización de publicidades y promociones en las redes sociales.

Socialización del Proyecto en medios de comunicación locales.

De los resultados:

Los resultados serán compartidos en todos los medios de comunicación institucionales, como así también locales y redes sociales.

Participación en la Feria de Emprendedores FESPAL.

IDENTIFICACIÓN

Comunidad: **Productiva**

Título del proyecto: **Tierra mate**

Institución: **E.E.S. ORIENTADA NRO 222 «PASCUAL CHABAS»**

CUE: **8200654**

Nivel/Modalidad: **Secundario/Común**

Localidad: **CHABAS**

Región/Zona: **Región 5**

Integrantes del proyecto:

Benincasa, Antonela. Docente

Silvano, Claudia. Docente

Carucci, Erica. Docente

Sperka, Aldana. Docente

Soldevila, Analía. Directivo

Tumini, Evangelina. Directivo

Cantidad estimada de participantes:

Docentes y directivos: 5

Estudiantes: 310

Apellido y Nombre del Referente de contacto: Tumini, Evangelina

Email del referente: evangelinaines@gmail.com