**La era digital al servicio del productor de soja**

*Don Mario será nuevamente el semillero oficial de la próxima edición de Expoagro. Allí lanzará una iniciativa digital que les simplificará la toma de decisiones a los productores.*

Con el objetivo de facilitar la tarea del productor a la hora de elegir qué variedad de soja se ajusta mejor a las condiciones ambientales de su lote, Don Mario ha diseñado una herramienta web que hará su debut en Expoagro 2018. Se trata de una plataforma digital de manejo de cultivos donde se podrá comparar el comportamiento de los materiales que componen el extenso portfolio de Don Mario, pero también el de los principales productos de la competencia.

“El productor va a tener acceso a toda la información que el semillero ha generado en sus más de 15 años de trabajo en las distintas zonas donde realizamos ensayos”, resume Joaquín Lopetegui, gerente de una de las empresas líderes en el mercado argentino de la oleaginosa. “Creemos que se va a transformar en una herramienta muy buena para el productor y que lo va a ayudar a tomar decisiones estratégicas en la planificación de la campaña”, agrega.

Los visitantes al plot de Don Mario en Expoagro podrán tener acceso a una pantalla led interactiva y testear en vivo los beneficios y bondades de este nuevo desarrollo de la compañía. “Se va a poder obtener información de las distintas variedades: cuál es el largo del ciclo ideal de acuerdo a las distintas zonas, cómo es el comportamiento respecto a la densidad, o cuál es el óptimo de densidad, entre otras variables”, asegura Lopetegui. A su vez, los productores contarán con todo el asesoramiento y acompañamiento del equipo técnico de la firma.

A ellos se sumará también la red comercial de Don Mario, que en esta oportunidad contará con un espacio exclusivo dentro del plot de la semillera. “Tenemos mucha expectativa por la nueva edición de Expoagro y estamos tratando de desarrollar un buen ámbito para los agronegocios. Para nosotros es uno de los eventos que siempre tenemos en la mira porque allí podemos tener contacto cara a cara con los productores y obtener información de primera mano de cómo funcionan nuestros productos”, explica Lopetegui.

La exposición, que tendrá lugar del 13 al 16 de marzo en el predio estable de San Nicolás (ubicado en el kilómetro 225 de la RN 9), también será la oportunidad para que Don Mario exhiba su extensa paleta de materiales y lance al mercado dos nuevas sojas: una variedad RR1 que se va a llamar 46R18 y otra Intacta de nombre 671070, materiales con los que pretende ratificar su liderazgo en el mercado de la oleaginosa. “Sobre el final de la campaña estamos contentos por lo logrado. Estamos terminando en un nivel de ventas similar al de la campaña anterior y con casi un 48% del market share en el cultivo de soja”, confirma Lopetegui.

Sin dudas la soja representa el verdadero corazón de la empresa, y es por eso que redobla la apuesta en términos de investigación teniendo en sus manos uno de los programas de mejoramiento más grandes a nivel mundial. “Actualmente estamos trabajando con tecnologías que están casi en la gatera, como el Enlist de Dow o el Xtend de Monsanto. En la medida que se autoricen y nos den luz verde para comercializarlas, Don Mario va a tener nuevos productos adaptados a las necesidades del productor y con un excelente potencial de rendimiento”, comenta.

Aunque el trigo no estará presente en el plot ya sembrado que la firma tendrá en San Nicolás, el cultivo será otra de las grandes apuestas de Don Mario. Dentro del stand habrá un espacio dedicado exclusivamente a mostrar las bondades de sus materiales, haciendo foco principalmente en sus dos productos insignia: Algarrobo y Ceibo, que según Lopetegui son las dos variedades con más potencial de rendimiento del mercado. “En trigo tuvimos una campaña muy buena, con un incremento en el nivel de ventas y superando las expectativas que nos habíamos trazado al inicio de la campaña. De hecho, volvimos a corroborar que somos los números uno en market share del cultivo”, confirma.

Por último, también habrá lugar para mostrar el portfolio completo de maíz con los tres híbridos principales de la marca en tecnología MGRR y VT3PRO. Aunque la empresa no tenga una gran participación dentro del mercado de maíz, la reciente compra por parte de Don Mario de Illinois, una reconocida firma dedicada a la investigación y desarrollo de híbridos de maíz, parece marcar un vuelco en ese sentido. “Queremos empezar a jugar fuerte en el cultivo de maíz y la adquisición de esta compañía, con un programa de mejoramiento propio y una amplia red comercial distribuida a lo largo del país, va en ese camino. Y además, contamos con productos que tienen una performance excelente y que nos van a permitir a futuro competir en el liderazgo de maíz”, concluye.