**Una familia de semilleros con una evaluación positiva en su debut en la expo**

*La empresa Stine, especialista en maíz y soja, participó por primera vez en Expoagro concretando ventas por más de 400 cañones de rinde para maíz.*

La Capital Nacional de los Agronegocios convoca todos los años a nuevas empresas que se suman para ser parte de Expoagro. En su edición 2024, una de las debutantes fue Stine, especialista en semillas de maíz y soja.

Si bien están en actividad desde 2017, Juan Rosasco, gerente de Marketing y Comunicación de la empresa, contó que se decidieron a **participar por primera vez este año “porque vimos que el mercado ya nos estaba pidiendo ir**. Ahí es donde juegan todas las empresas de primera y nosotros somos una de esas. Fue un esfuerzo enorme, pero decidimos tomar el riesgo y hacer la inversión e ir por todo de una forma diferente”.

Con una estrategia comercial basada en que mucha gente los conozca y pruebe sus productos, propusieron a los productores de maíz que compren 20 bolsas a un precio bajo pesificado. “**Lo llamamos cañón del rinde porque nos dedicamos a hacer rendimiento**”, dijo Rosasco y compartió que durante toda la exposición “**se** **vendieron más de 400 cañones de rinde para maíz**”.

Los visitantes que se acercaron al stand pudieron conocer los productos que se mostraron en un formato de plot. “Generalmente veíamos que todas las empresas sembraban tarde para tener la soja alta y verde, por eso quisimos venir con la soja como la ve el productor a la hora de cosechar, seca y que se vean las chauchas. Realizamos un contorno con soja grupo 33 que lideró ensayos del INTA”, explicó el gerente de Marketing. Además, desarrollaron un laberinto de maíz donde el cliente pudo ver las tres categorías de maíz: cortos, petisos y bestias.

En su primera participación en la megamuestra que se llevó a cabo en el Predio ferial y autódromo de San Nicolás del 5 al 8 de marzo, el objetivo de la empresa fue “**mostrarle al productor lo que es la agronomía de nuestros productos de una forma diferente**. Salir de lo tradicional del agro con una comunicación más dinámica para las generaciones que vienen”, afirmó Juan Rosasco, para quien la experiencia fue “tremenda, con mucha gente que se acercó al stand para conocer la marca, a cerrar negocios. Se vendió muy bien”.

**Genética y biotecnología**

El 70% de toda la soja que se siembra en los Estados Unidos es de genética Stine, ya sea con marca propia o licenciadas. “En soja trabajamos con tecnología Enlist y Conkesta Enlist, llegando a grupos bien cortos para el sur de Argentina, más largos para Santiago del Estero y estamos trabajando para llegar más al norte del país”, explicó Lucas Crimella, gerente Comercial de Producto Soja.

Stine Argentina es la única empresa que tiene genética y biotecnología en soja. En sus plantas ubicadas en las provincias de Tucumán y Santa Fe, realizan los trabajos de investigación y desarrollo que demoran entre 5 a 7 años para lograr una variedad nueva. “Hoy en Venado Tuerto (Santa Fe) están testeando 160 mil variedades diferentes, de las cuales avanza el 1%, a la etapa de evaluación siguiente” contó Rosasco.

Por otra parte, Manuel Bavio, gerente Comercial de Producto de Maíz, indicó que trabajan todo Viptera 3 “para poder tener herramientas de control de lepidópteros en siembras tardías para cuidar el cultivo y la calidad de grano”. Además mencionó cómo denominan a sus familias dé híbridos por sus diferentes madureces fisiológicas: las Bestias, los Petisos y los Cortos.

**Familia de semilleros**

En Argentina Stine desembarcó en el 2017, de la mano de Ignacio Rosasco y Harry Stine. Pero la historia se remonta 45 años atrás cuando Harry Stine comenzó en Estados Unidos con la clasificación de semillas de soja. Luego incorporó genética al comenzar con cruzamientos y, por último, fue un pionero en el patentamiento y comercialización de las variedades en su país, lo que le permitió además avanzar en el negocio de maíz.

Harry comenzó a realizar contrastación, enviando en el invierno americano las semillas al verano argentino para hacer dos generaciones en un año. “Luego de varios años me invitó a abrir la empresa en la región de Sudamérica y acepté el desafío”, contó Ignacio Rosasco, actual presidente de Stine Sudamérica, quien ya tenía una amistad con Harry desde hace más de dos décadas.

La filial nacional abrió con el lanzamiento del primer híbrido de maíz al mercado con una licencia nacional, “para empezar a posicionar la marca, y desarrollar el negocio de maiz” dijo Ignacio y agregó en relación al cultivo de soja: “Iniciamos la comercialización de las variedades recién en el año 2021 con la biotecnología Enlist y ConKesta Enlist”.

Luego, en 2018 desembarcaron en Brasil, en 2020 en Uruguay y en 2022 en Paraguay, además llevaron la marca a Sudáfrica.

Con un balance positivo de su primera Expoagro, Ignacio resaltó “el clima que acompañó y la confianza o la esperanza de los productores de que pueda haber una mejora financiera y en el agro, en la parte impositiva y demás”. A su vez, reflexionó que el sector necesita que “comiencen a aparecer tasas más genuinas por parte de los Bancos para que sean el soporte financiero de las actividades y no que las empresas financien a los productores”.

Por último, afirmó que trabajar en una empresa familiar realmente tiene una gran ventaja: “las tomas de decisiones son siempre más rápidas”.

Actualmente está acompañado por la segunda generación, sus hijos Juan y Manuel Rosasco, pero la tercera ya comienza a asomar con Blas, su nieto de dos meses a quien conoció en Expoagro porque al momento de su nacimiento Ignacio se encontraba en la planta de Brasil.