



Com uma nova geração na liderança, a Don Mario tem o compromisso operar fortemente nos EUA.

O grupo argentino terá um novo número um no próximo ano, que planeja chegar em 2027 com 10% do mercado de soja na América do Norte, um mercado que movimenta US\$ 400 milhões e quer crescer com a cultura do milho na Argentina e no Brasil.

Ignacio Bartolomé sempre soube que se quisesse ter um lugar no negócio da família, fundado pelo seu pai Gerardo, ele teria. Entretanto, preferiu trilhar seu próprio caminho. Estudou Gestão de Sistemas na ITBA (Instituto Tecnológico de Buenos Aires), desenvolveu uma carreira dentro da gestão administrativa, integrando à tecnologia aos negócios. Quando ele se formou e após passar um ano trabalhando na indústria farmacêutica, entrou na Dreyfus, uma trading de grãos que o transferiu da Argentina para o Uruguai e mais tarde para os Estados Unidos. No meio desse trajeto, Bartolomé recusou-se a trabalhar na GDM várias vezes até que, finalmente, em 2017, decidiu aceitar uma oportunidade na Don Mario para desenvolver o negócio da família naquele mercado, em um país que ele já estava morando há um ano.

Há três anos ele reside nos EUA e vem preparando a expansão dos negócios da região sul dos Estados Unidos para outras partes do país e dando início às operações da empresa que, formalmente, em 2019 deixou de se chamar Don Mario e se tornou parte da holding Grupo Don Mario ou GDM – como é conhecida – até no Canadá.

Entretanto, ele tem um bilhete de volta. Já foi anunciado que no ano que vem, em 2021, com apenas 34 anos de idade, ele assumirá a presidência do grupo que nasceu como uma empresa de sementes e hoje é uma empresa de melhoramento genético internacional que trabalha para aumentar a produtividade das culturas para que os produtores tenham mais lucratividade. "Hoje 50% da força de trabalho - 750 colaboradores – trabalham em pesquisa e reinvestimos 21% do nosso faturamento em pesquisa. Eles são especialistas "afirma o jovem empreendedor.

Essa não é a única mudança que irá acontecer na empresa: Obdulio San Martín, Diretor de Negócios da América Latina, uma personalidade histórica dentro da empresa, também irá se aposentar e será substituído por Santiago De Stefano, com a mesma idade de Ignacio e atualmente Diretor de Negócios Brasil. "Está acontecendo uma mudança de gerações na indústria, entre os produtores, e, além disso, uma forte mudança no uso da tecnologia e metodologias. Por essa razão, meu pai decidiu que era a hora de passar a gestão para uma nova geração. Foi sua decisão se aposentar, "afirma Bartolomé".

Definida essa mudança, a empresa também estabeleceu suas prioridades para os próximos dez anos: a primeira, crescer a sua participação no mercado da soja nos Estados Unidos, um mercado de US\$400 milhões onde acabaram de entrar e já alcançaram uma participação de 1,3% com a expectativa de chegar em 10% até 2017.

A maior receita naquele país vem dos licenciamentos. "Desenvolvemos uma variedade, licenciemos para uma empresa multiplicadora de sementes que irá multiplicá-la, vendê-la ao produtor que irá nos



pagar royalty por cada saca vendida. Este é um grande negócio, uma vez que existem 120 empresas independentes aqui”, explica Bartolomé, que nos apresenta ainda outros números: “O custo da genética por hectare na Argentina é US\$4, porém, nos Estados Unidos, esse não é o custo mais importante. Eles gastam perto de US\$15, pois investem mais em tecnologia”.

Os outros canais da empresa são: A marca DONMARIO que foi lançada em parceria com várias empresas locais, onde cada empresa possui uma região. Além disso, eles possuem a marca Virtue que é de soja não OGM. E finalmente, no ano passado, eles compraram 80% da Mustang, uma empresa de sementes da Dakota do Sul que produz e vende para os produtores.

O objetivo para 2027 não é inatingível, considerando que hoje a GDM – nos Estados Unidos, a DONMARIO é somente uma marca – está presente somente no Sul do país, nos estados que representam 12% do mercado americano. E lá, onde eles estão vendo somente os resultados das sementes vendidas no primeiro ano, a GDM possui 6/7% do bolo.

Porém, o centro do mercado da soja é o meio oeste, 85% do mercado, e é onde a GDM já deu início às pesquisas e irá agora começará a atuar na área comercial.

Naquele país, uma empresa fornecedora local possui três centros de pesquisa ou estações de melhoramento: uma no Arkansas, uma em Illinois, perto de Chicago, onde o Ignacio se encontra atualmente, e outra em Minnesota, e, no ano que vem, eles abrirão um outro centro em Iowa, que irá fornecer para a região norte, representando a entrada no mercado canadense, onde já possuem licenciamentos para o trigo. “Com esses quatro novos centros poderemos oferecer produtos para todo os Estados Unidos”, diz Bartolome, que oferece detalhes do estudo que realizaram para entrar na região norte do país”.

De acordo com o empresário do agronegócio, entre os produtores americanos, o nome DonMario teve um grande impacto e o impacto se tornou positivo ou negativo de acordo com a estória que foi contada mais tarde. “O fato de que foi um negócio de uma família Argentina que cresceu e se tornou líder na região foi positivo. Eles nos veem como concorrentes, diz Bartolomé. De fato, um parceiro disse a eles, “Aqui estão eles, algo novo, novo, mas comprovado”.

E de fato, estar presente nos Estados Unidos abriu muitas portas para eles. “Estamos participando de vários projetos de pesquisa com universidades, start ups e empresas aqui”, ele diz.

A segunda prioridade é manter a posição de liderança no Brasil onde eles hoje possuem 55% do mercado. E, em terceiro lugar, desenvolver o mercado de milho naquele país e crescer na Argentina onde eles quase atingiram o teto máximo com a soja”. No Brasil, os primeiros produtos foram produzidos para serem vendidos no ano que vem”,

Por sua vez, a empresa está trabalhando em pesquisa e desenvolvimento na China, considerado um centro de geração de tecnologia especialmente em informação, “Queremos



estar lá para começar a colaborar com algumas empresas com fizemos nos Estados Unidos”, diz ele.

O texto foi publicado no jornal “El Cronista” no dia 14 de setembro.