

EMPRENDIMIENTO HIDROPÓNICO. UNA CORRIENTE DE AGUA QUE ABRE SURCOS

Clarín Rural. 29/09/18.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Forraje hidropónico](#)

INTRODUCCIÓN

En Uruguay, Verdeagua Hidroponía vende sus productos listos para consumir. Ahora, busca exportar al Mercosur.



Las hortalizas crecen en un ambiente en el que está todo bajo control: la temperatura, el flujo de agua y luz. Y no hay metro cuadrado sin aprovechar.

Agricultura urbana. Huertas verticales. Techos verdes. Todos los días nos sorprende alguna noticia convocante acerca de las nuevas propuestas para producir y distribuir alimentos. Desde la Casa Rosada, que abastece su gastronomía con las hortalizas producidas en el techo, hasta Whole Foods, la cadena de productos orgánicos adquirida recientemente por Amazon, que hace crecer la lechuga en sus propios locales.

EXISTE UN BOOM DE PROYECTOS DE HIDROPONÍA QUE ATRAEN A FONDOS DE INVERSIÓN EN TODO EL MUNDO

América del Norte, Asia y Medio Oriente lideran esas inversiones, con fines principalmente alimentarios y medicinales. Había que investigar el tema. A poco andar, alguien nos habló de un emprendimiento hidropónico grande en Uruguay, Verdeagua Hidroponía. “Es uno de los más antiguos y reconocidos de la región”, nos avisaron, y allá fuimos.

Verdeagua tiene su base productiva en Melilla, un punto estratégico de Montevideo, próximo al futuro Parque Agroalimentario. Allí está el invernáculo de 10.000 m², importado de Francia, con todos los elementos y accesorios para un manejo inteligente (y a la vez sencillo y práctico) del agua y los nutrientes. Adentro, miles de bandejas generando el mosaico multicolor de una parafernalia de hortalizas de hoja, creciendo en un ambiente donde todo está bajo control: la temperatura, el flujo de agua, la luz. No hay un metro cuadrado sin aprovechar, las bandejas fluyen desde una esquina donde se siembran hasta las mesas donde permanecerán hasta la cosecha. De allí van a un galpón de acondicionamiento y empaque, de donde parten diariamente hacia las bocas de venta de Montevideo hasta Punta del Este.



Sebastián Figuerón, el fundador de la empresa, luce orgulloso una de las plantas de lechugas frescas.

Todo empezó hace 20 años, de la mano de Sebastián Figuerón y Juan Herrera. Habían aprendido las bases de la producción hidropónica, y vieron que les brindaba la oportunidad de comercializar vegetales hidropónicos listos para consumir.

“De entrada notamos que éramos líderes en calidad, pero siempre nos faltó volumen. Nos pedían más y nos fuimos largando, con aportes de capital de inversores que se sumaron al proyecto. En los últimos años hemos iniciado un fuerte proceso de crecimiento de nuestra capacidad instalada. Comparado con 2016, hoy tenemos el doble de producción, y para 2019 esperamos triplicar nuestra producción actual”.



La cosecha crece, junto con la demanda de vegetales frescos para consumir.

Pruebas al canto: en un campo adyacente, un container espera con el segundo invernáculo, mientras una pala mecánica alista el terreno y lo deja nivelado para que el agua corra como corresponde.

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE VERDEAGUA CONSUME UN 90% MENOS DE AGUA QUE LA HORTICULTURA TRADICIONAL

“Estamos implementando un sistema de recolección y tratamiento del agua de lluvia para riego, y planeamos incorporar energía fotovoltaica para prácticamente independizarnos de la provisión de servicios públicos”, agrega Figuerón. Una pequeña represa, entre el galpón actual y el que viene, almacena el agua de lluvia.

El mayor crecimiento de la demanda les llegó por el lado de los vegetales listos para consumir. Su producto insignia se comercializa bajo la marca “Inspirada”, y consta de una selección de hojas de lechuga Salanova listas para consumir; lechuga común, rúcula y un topping que cambia según la presentación.

Comercializa su producción en Uruguay a través de una reconocida cadena de 12 supermercados boutique. Para alcanzar el nivel de calidad que exige esta cadena, trabajan exclusivamente con materias primas de producción propia. Quizá aquí radique una de las grandes ventajas competitivas de producir “sin suelo”: “Nuestro proceso 100% hidropónico y el posterior sanitizado aseguran la altísima calidad y la inocuidad de todos nuestros productos”. Los envases cuentan con un código QR “con lo que el consumidor puede acceder a la trazabilidad del proceso de producción de cada paquete que adquieren”, destaca Figuerón.



Control de procesos. Uno de los desafíos es formar recursos humanos.

La empresa se ha certificado en Uruguay como Empresa B. Son las que se caracterizan por tener un triple impacto, en desarrollo económico, social y protección del medio ambiente. “La empresa ofrece productos de la más alta calidad, con un gran proceso humano y de protección del medio ambiente de por medio”, comenta Diego Giay, uno de los argentinos que se incorporó a Verdeagua con la misión de escalar el negocio.

“El equipo de trabajo, que está compuesto en un 70% por mujeres, está muy comprometido e identificado con la empresa y eso lo demuestra el altísimo nivel de presentismo que tenemos, un hecho destacable en el ámbito rural”, agrega Giay, un joven abogado oriundo de Arrecifes que trabajó once años en el Estudio Marval y O’Farrel. Se especializó en Agronegocios, viajó a Estados Unidos y se enamoró de la hidroponía. Buscando qué hacer, conoció Verdeagua y...aquí está.

“Nuestra aspiración en el corto plazo es comercializar los productos en el Mercosur, y en el mediano plazo afianzarse como el líder regional en el diseño y operación de proyectos hidropónicos a escala comercial”, comenta Giay.

Uno de los mayores desafíos del sector es la formación de recursos humanos que puedan operar exitosamente proyectos a escala comercial. A diferencia de las huertas hogareñas y pequeños proyectos productivos, los proyectos a escala comercial tienen una curva de aprendizaje muy alta debido a las vicisitudes y complejidades propias de la escala, y de la diversidad de negocios que involucra: producción, comercialización y logística.

Verdeagua Hidroponía comercializa su producción en Uruguay a través de una reconocida cadena de 12 supermercados boutique.

Otro de los grandes desafíos es la ausencia de capacidad instalada disponible, dado que la selección de proveedores y construcción de la infraestructura necesaria es un proceso que puede demorar años.

INICIATIVAS QUE GENERAN INVERSIONES

Entre las llamadas “startups” de alta tecnología en la agricultura, hay tres rubros infaltables: las aplicaciones para el manejo de Big Data, las propuestas de carnes sustitutas, y las huertas hidropónicas en todas sus variantes. Todas estas iniciativas están despertando interés dentro y fuera del sector, generando un interesante flujo de inversiones.

Hace veinte años, en una visita a la República Popular China, Clarín Rural visitó una imponente fábrica de lechuga. Un invernáculo de vidrio de cinco hectáreas, al lado de Shangai, donde solo trabajaban diez personas: un candiense, proveedor de la tecnología, y el resto chinos. Llamaba la atención el grado de automatización en un país que, en aquel momento, parecía que su ventaja competitiva era la amplia disponibilidad de mano de obra. Quizá por ellos nos haya parecido en aquel momento una curiosidad, antes que un planteo productivo realista.

Pero los escenarios cambian. La tecnología del plástico permite levantar invernáculos mucho más económicos. Se sabe mucho más de nutrición y manejo para producir sin suelo. Los requisitos de un trabajo más humano, sin vivir agachados, un uso eficiente del agua y la superficie. Una menor necesidad de tratamientos de control de plagas, el avance de la genética, la búsqueda de maduración y productos uniformes. Unos cuantos argumentos como para pensar que la hidroponía tiene futuro. Al menos, en Uruguay ya tiene presente.

[Volver a: Forraje hidropónico](#)