

REPORTAJES PARA UNA ECONOMÍA HUMANA – 3

Con este documento continuamos una serie que hemos denominado “Reportajes para una Economía Humana” que, a través de entrevistas intentan mostrar las experiencias desarrolladas por diferentes actores que representan emprendimientos en clara sintonía con nuestros postulados de Economía Humana.

SE PRODUCE BIEN EN MEJORES CONDICIONES

Reportaje realizado al ingeniero químico **Sebastián Figuerón** por Agustín Courtoisie con motivo de su presentación de la empresa *Verdeagua* en el tercer foro de la Red Internacional de Economía Humana – Uruguay, realizado el 26 de junio de 2019 y cuyo tema era: *Empresas para una Economía Humana*.

Agustín Courtoisie integra la Red Internacional de Economía Humana (RIEH). Ex Director Nacional de Cultura (MEC). Profesor de Filosofía (IPA), docente de la FIC Udelar. Es autor, entre otros libros, de *Ciencia kiria. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*.

Sebastián Figuerón:

“Las condiciones de trabajo en la horticultura convencional ya no pueden depender más del humano esclavizado de sol a sol”

Agustín Courtoisie

La empresa Verdeagua factura un poco más de un millón de dólares al año. Tiene 20 años en el mercado, 16 de implantación formal y ocupa 40 personas incluyendo a los directores. Su Director General, Sebastián Figuerón, tuvo la amabilidad de responder nuestras preguntas. Ya habían transcurrido meses desde su ponencia en el Foro “Empresas para una Economía Humana”, organizado por la RIEH y realizado en la sede de ACDE.

Delgado, rápido al hablar, ameno por las permanentes referencias prácticas, en el evento de la RIEH había dicho que podrá parecer muy pintoresco el trabajo al aire libre. Pero, por ejemplo, si se tratara de un hijo, cualquiera preferiría que fuese a trabajar a un supermercado y no en el barro, un día de invierno, en

condiciones extremas de temperatura. En los comienzos de la empresa se definieron espacios físicos protegidos para la producción hidropónica de vegetales de hoja por requisitos propios de esa modalidad. Pero después de veinte años de trabajar así es claro que las personas se benefician de estas mejores condiciones. “Es necesario que la persona se sienta valorada. Que no esté haciendo algo contra su voluntad”.

La zona donde opera la empresa es Melilla. “No empezamos trabajando así: hagamos una empresa para que las personas trabajen cómodas y tengan bienestar, sino hagamos una empresa donde podamos ir a trabajar sin sentir que vamos a trabajar”. En una zona frutícola como Melilla las que podían trabajar en emprendimientos como Verdeagua eran las mujeres, que entre las cosechas anuales pasan muchos meses desocupadas. La empresa ofrecía (y ofrece) un trabajo estable, con tareas para todo el año.

La relación de ingresos es de cuatro veces el que gana más respecto del trabajador que gana menos. Figuerón declara que lo ideal sería llegar a una relación de apenas el doble como han

llegado otras empresas vinculadas a la economía humana, pero de momento no les es posible. Verdeagua contrata sin pedir curriculum pero la estabilidad del vínculo laboral ha sido una virtud perdurable de la empresa. No ha habido deserciones y cuatro personas que trabajan en Verdeagua se han jubilado. El contexto es de respeto por el bien común, por la salud de los trabajadores, y ello sin perjuicio para el rendimiento positivo para la empresa con productos de calidad. Esas son las referencias naturales de la cultura organizacional de Verdeagua. La medida de la productividad no es individual: se mide cada grupo de trabajo. Una empresa que produce y además procesa enfrenta desafíos diferentes. El próximo es sustituir el plástico de la ensalada pronta para consumir de los estantes frescos de los supermercados.

AC: Una de las primeras cosas que me llamó la atención de tu conferencia fueron los datos técnicos de la hidroponía: menor consumo de agua que otros métodos (campo abierto, con riego, invernaderos, goteros); mayor número de personas ocupadas por hectárea, incorporación de valores éticos en el núcleo del negocio...¿Estos rasgos son sostenibles en el tiempo?

SF: Sí, son sostenibles en el tiempo. Pero siempre y cuando se capacite y la información derrame a todas las personas de la empresa. Otra acción para que esto suceda es adaptarse a los cambios que el mercado demanda en términos de sostenibilidad y sustentabilidad. Es algo que uno debe aspirar por la naturaleza lógica de la supervivencia de las personas y el planeta. Pero el cómo hacerlo y cómo comunicarlo depende también de la inquietud de los consumidores.

AC: En lo productivo, ¿qué expectativas tenían con este emprendimiento?

SF: Lo que nos motivó fue la búsqueda de un producto homogéneo en calidad a lo largo de las diferentes estaciones de año. Vimos que con esta técnica podíamos alcanzar ese objetivo y además podíamos mantener un precio fijo a lo largo de todo ese mismo año.

AC: Verdeagua es una empresa certificada desde 2016 como empresa "B". ¿En qué sentido

se respeta el triple impacto (económico, social y ambiental)?

SF: Las acciones de triple impacto son una característica del ADN de las empresas B. Se respetan en Verdeagua basándonos en todas las acciones que tú nombras en las preguntas anteriores. La manera de que el público y los clientes lo comprendan es comunicando a través de todos los medios que disponemos hoy, más que nada las redes sociales y la página web. Ellas son herramientas que alcanzan a todas las generaciones y dan la posibilidad de que todos y cada uno tengamos una voz, que bien intencionada y aplicada, multiplica de manera exponencial.

AC: Recuerdo que un momento después de terminada tu exposición, alguien del público levantó la mano para preguntar por qué Verdeagua había optado por esta estrategia, si la lechuga puede rendir mejor con métodos tradicionales y con menos trabajadores. ¿Podrías recordar tu respuesta de entonces?

SF: Lo que respondí en ese momento es que independientemente de los modelos tradicionales, nosotros debemos seguir avanzando en pos de la productividad. Pero no de la productividad por el simple hecho de “ser productivos”, sino por el optimismo y la concreción de hechos que nos lleven a ser exitosos en términos de cumplimiento con nuestra misión de desarrollo bien entendido. El trabajo en el campo, tal y como lo conocemos, tiende a desaparecer en el mundo entero. Las condiciones de trabajo en la horticultura convencional ya no pueden depender más del humano “esclavizado de sol a sol”. Y cada vez es un trabajo menos vocacional, familiar y que se transmite de generación en generación. Por tanto apuntamos a dignificarlo y a visibilizar las oportunidades para reconvertir una tarea dura, en un modelo productivo y viable para el medio ambiente y la persona.

OTRAS PERSPECTIVAS

En una entrevista para Empresas del Uruguay publicada este año, Sebastián Figuerón agregó varios datos interesantes:

“Está tan grave el tema, que antes era por la aridez y ahora es por la impenetrabilidad de la tierra; las ciudades se están volviendo tan densas, que la logística está complicando el acceso al vegetal de hoja. Quizás aquí aún no lo podemos percibir, pero sin irnos muy lejos, San Pablo, Buenos Aires, el acceso a un vegetal con calidad nutritiva está restringido”.

“La hidroponía lo que hace es trabajar netamente con soluciones minerales disueltas en agua, lo que hace que queden más disponibles para la planta; todo está cuantificado y medido, se sabe cuánta solución se necesita y también está regulada su disponibilidad con el PH. Eso hace que el vegetal tenga un perfil más parejo que el que puede tener en la horticultura convencional y no hay un desgaste del suelo, lo que en

términos medioambientales es una ventaja significativa”.

“El producto es una excusa para generar una organización de desarrollo, somos un montón donde está bueno formar parte, con un plantel femenino colectivo enorme, muy variado, desde muy jóvenes hasta gente que está por jubilarse. La gente se sintió atraída por venir a trabajar y se multiplicó de la mejor manera que me pudiera haber imaginado.

Eso se transmite en el producto, porque la historia de esto fue tratar de cambiar la matriz de la horticultura”.

VALORES DE VERDEAGUA

La salud de la empresa, los vínculos

Nuestra economía

La manera en cómo contratamos

Qué estamos haciendo por las personas

Valores: inocuidad/presencia y confianza/ bien común

Referencias

“VerdeAgua: Vegetales frescos, nutritivos y seguros”. Entrevista en portal de Empresas del Uruguay (4/3/2019). <https://www.empresasdeluruguay.com.uy/2019/03/04/verdeagua-vegetales-frescos-nutritivos-y-seguros/>