



XV ENCONTRO DE HIDROPONIA

**24 e 25 de
setembro de 2026
Florianópolis/SC - BRASIL**



Conferencia:

"Regularidad que Genera Ganancias: estrategias para la producción y venta continua en la hidroponia."

"Regularidade que Gera Lucro: estratégias para produção e venda contínua na hidroponia."



- Nombre/Nome: Daniel Schonfeld
- Profesión/profissão: Productor Hidroponico/produtor de hidroponia
- Miembro Fundador de la AHA/membro fundador de AHA
- Propietario de Desde El Llano SAS/proprietário de Desde El Llano SAS
- Consultor Hidropónico/consultor em hidroponia



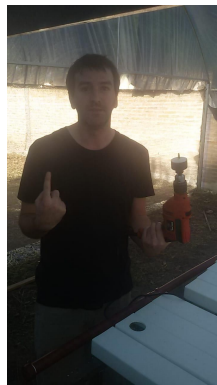
"Regularidad que Genera Ganancias: estrategias para la producción y venta continua en la hidroponía."

**"Regularidade que Gera Lucro:
estratégias para produção e
venda contínua na hidroponia."**

► *Pero... Por donde empezamos???* / *Mas...
por onde começamos????*



Muchos arrancamos así / Muitos de nós começamos assim...



Hoy todo cambió.../ Tudo mudou hoje...

Acceso a internet ilimitado/ Acesso ilimitado à internet

Comunicación ilimitada/ comunicação ilimitada

Grupos de Whatsapp

Youtube

Instagram

Tik Tok

Cursos Online

Academias

Encontro de Hidroponia

¡¡¡COLEGAS!!!



¿Entonces como logramos regularizar la generación de Ganancias?/ Então, como conseguimos regularizar a geração de lucros?

- ▶ Los siguientes caminos son algunos de los que seguramente nos van a ayudar/Os caminhos a seguir são alguns daqueles que certamente vão nos ajudar:
- ▶ -1)Estratégia Productiva/estratégia produtiva
- ▶ -2)Estratégia Comercial/estratégia comercial

Otras estrategias/outra estratégias: financeiras/financeiras, administrativas/administrativos, RRHH, temporales/temporais, etc, etc...

1)Estratégia Productiva/estratégia produtiva:

- Primero: Determinamos cuantos días necesitamos para obtener el cultivo según las diferentes estaciones del año en posiciones definitivas (Fase 2 o fase de terminación):

Primeiro: Determinamos quantos dias são necessários para obter a cultura, de acordo com as diferentes estações do ano, em posições definitivas (Fase 2 ou fase de terminação):

PRODUCTO/PRODUTO	INVIERNO/INVERNO	VERANO/VERAO
RUCULA	30	22
LECHUGA/ALFACE	40	28

- ▶ Segundo: Determinamos la radiación solar diaria en los diferentes meses.
- ▶ Segundo: Determinamos a radiação solar diária nos diferentes meses.

RADIACIÓN SOLAR/Radiação solar	INVIERNO/INVERNO	VERANO/VERÃO
DIA	2,86 KWh/m2/día	7,19 KWh/m2/día

- ▶ Tercero: Determinamos la radiación solar diaria en los diferentes meses.
- ▶ Terceiro: Determinamos a radiação solar diária nos diferentes meses.

RADIACIÓN SOLAR ACUMULADA MENSUAL /Radiação solar acumulada mensal	INVIERNO/INVERNO	VERANO/Verão
MENSUAL	89 KWh/m2	223 KWh/m2

Como solucionamos el exceso de luz en verano... Media sombra NEGRA al 60%...

Como resolvemos o excesso de luz no verão... Tela de sombreamento preta de 60%...



LO ANECDOTICO AQUÍ/O aspecto anedótico aqui:

- ▶ RESULTADO EMPIRICO: CANTIDAD DE LUZ RECIBIDA POR METRO CUADRADO EN LAS PLANTAS...
- ▶ RESULTADO EMPÍRICO: QUANTIDADE DE LUZ RECEBIDA POR METRO QUADRADO NAS PLANTAS...

RADIACIÓN SOLAR ACUMULADA MENSUAL REAL/Radiação solar acumulada mensal real	INVIERNO/INVERNO	VERANO CON MEDIA SOMBRA 60%/Verão com tela de sombreamento 60%
MENSUAL	89 KWh/m2	89,2 KWh/m2

Y TODOS ESOS NUMEROS PARA QUE NOS SIRVIERON??/? E de
que nos serviram todos esses números???

GRACIAS A ESA INFORMACIÓN PUDIMOS DETERMINAR/ **Graças a essa informação, pudemos determinar...**

- Cual es nuestra mejor performance productiva en Lechugas en F2 (28 días)/ **Qual é o nosso melhor desempenho produtivo em alfaces na fase F2 (28 dias)?**
- Supimos la cantidad de Energía Lumínica recibida por las plantas en verano (223 kwm2/h) y en invierno (89 kwm2/h)/ **Determinamos a quantidade de energia luminosa recebida pelas plantas no verão (223 kW/m²/h) e no inverno (89 kW/m²/h)**
- Entendimos por qué nuestras plantas sombreadas funcionan mejor: tenemos una misma calidad que en Invierno/ **Entendemos por que nossas plantas cultivadas à sombra apresentam melhor desempenho: mantemos a mesma qualidade do inverno.**
- **NOS QUEDABA UN DESAFÍO.../Restava-nos um desafio...**
- **DARLE LA MISMA CANTIDAD DE HORAS DE LUZ A LAS PLANTAS EN INVIERNO, PARA OBTENER LA MISMA INTENSIDAD QUE EN VERANO... POR QUE?.... Fornecer às plantas a mesma quantidade de horas de luz no inverno para obter a mesma intensidade do verão... Por quê?...**

LECHUGA/ALFACE:

HORAS DE LUZ/HORÁRIO DE LUZ NATURAL	INVIERNO/INVERNO	VERANO/VERÃO
DIA	10 HORAS	14 HORAS

ENTONCES/ENTÃO...

CANTIDAD DE DIAS (F2)

40

28

CANTIDAD DE HORAS

400

392

Si queríamos igualar la cantidad de dias en F2 en verano,
debíamos aumentar la energia recibida en F1 /Se
queríamos igualar a quantidade de dias em F2 no verão,
devíamos aumentar a energia recebida em F1.



Apareció la suplementación lumínica en F1... tubos de 18 watts, luz blanca, cada 8 cm, a 25 cm de distancia del perfil../Surgiu a suplementação luminosa na F1...**lâmpadas tubulares de 18 watts, luz branca, a cada 8 cm, a uma distância de 25 cm do perfil...**



No ganamos días en F1, pero mejoramos la calidad y el calibre de los plantines.../Não ganhamos dias na F1, mas melhoramos a qualidade e o calibre das mudas...



A los 7 días de trasplante... no se observan grandes cambios, pero favorecen a lo que estuvo con luz/ Sete dias após o transplante... não se observam grandes mudanças, mas elas favorecem o que foi exposto à luz.

Sin luz



Con luz



A los 14 días de trasplante...se observan grandes cambios, a favor de lo que estuvo con luz/ **14 dias após o transplante... observam-se grandes mudanças, a favor do que foi mantido sob luz.**

Sin luz



Con luz



A los 21 días de trasplante...la diferencia se consolida a favor de lo que estuvo con luz/
Aos 21 dias após o transplante... a diferença se consolida a favor do que foi mantido sob luz.

Sin luz



Con luz



A los 28 días de trasplante...resultados a la vista de todos/
Aos 28 dias do transplante... resultados à vista de todos.

Sin luz



Con luz



Para terminar de confirmar la experiencia el INTA nos brindó la siguiente información / Para finalizar a confirmação da experiência, o INTA nos forneceu as seguintes informações:



En Resumen/**Em resumo:**

PERIODO	CANTIDAD/QUANTIDADE DE DIAS
SIEMBRA/SEMEADURA A F1	32
FASE 1 A FASE 2	14
FASE 2 A COSECHA/COLHEITA	28
TOTAL	74

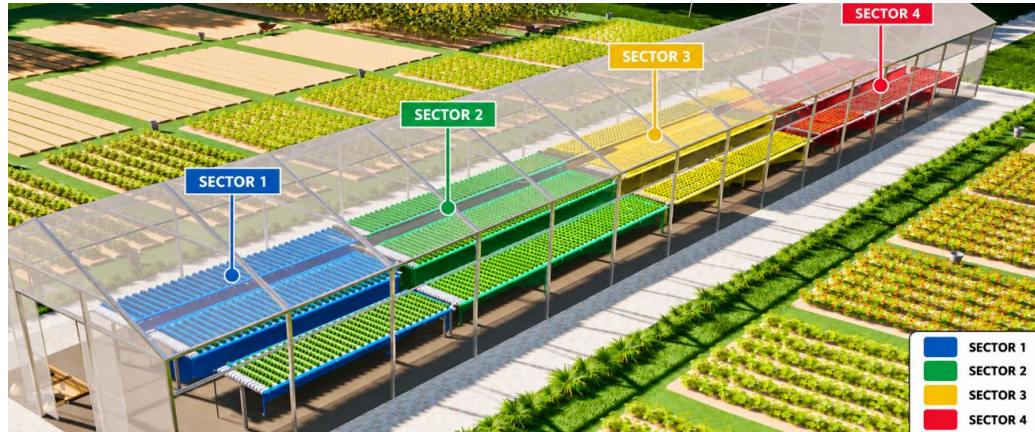
PESO FINAL (GRAMOS)

PLANTA SIN LUZ	PLANTA CON LUZ
130-150 GRAMOS	200-220 GRAMOS

Esto nos permite entrar en la segunda consigna...**Isso**
nos permite passar para a segunda consigna...

estrategias para la producción y venta continua en la hidroponía/estratégias para a produção e venda contínua na hidroponia

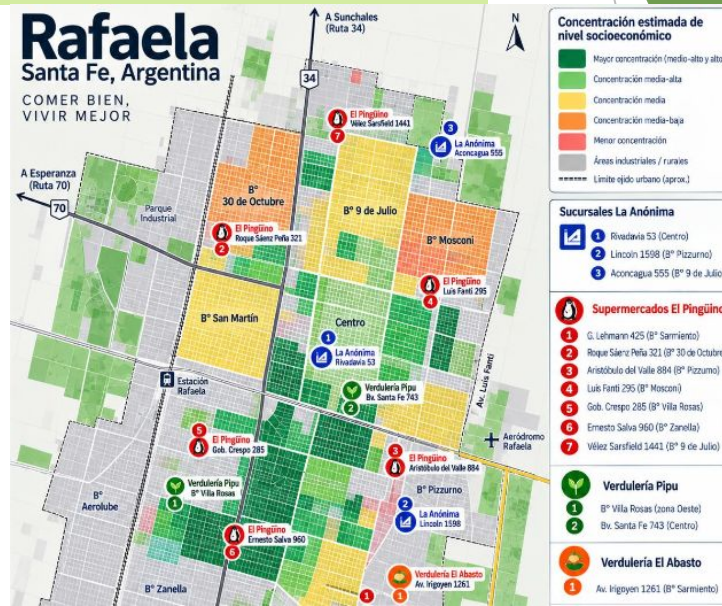
CICLO F2 28 DIAS	4 COSECHAS EN EL MES	VENTA SEMANAL 1/4 DE SUPERFICIE
CICLO F2 28 DIAS	4 COLHEITAS NO MES	VENDE SEMANAL DE 1/4 DA AREA



AHORA SABEMOS CUANTO Y COMO DEBEMOS PRODUCIR... ¿A QUIEN SE LA VENDEMOS?/ Agora sabemos quanto e como devemos produzir... Para quem vamos vender?

- - RAFAELA TIENE 110.000 HABITANTES
- - EL 55% DE SOCIEDAD ES CLASE MEDIA A MEDIA-ALTA
- - MUCHOS HABITANTES CONSOLIDAN BUENOS HABITOS DE CONSUMO
- - GRAN PARTE DE LA POBLACION SE ABASTECE EN SUPERMERCADOS Y VERDULERIAS BOUTIQUE
- - ESOS CLIENTES ESTAN CONCENTRADOS EN UN RADIO DE 3KM

- **Rafaela tem 110.000 habitantes**
- **- 55% da população pertence à classe média ou média-alta**
- **- Muitos habitantes consolidaram bons hábitos de consumo**
- **- Grande parte da população faz compras em supermercados e hortifrutis boutique**
- **- Esses clientes estão concentrados em um raio de 3 km**



¿CUAL FUE NUESTRA ESTRATEGIA? / Qual foi a nossa estratégia?

PRIMERO: IDENTIFICAMOS NUESTROS POTENCIALES CLIENTE...

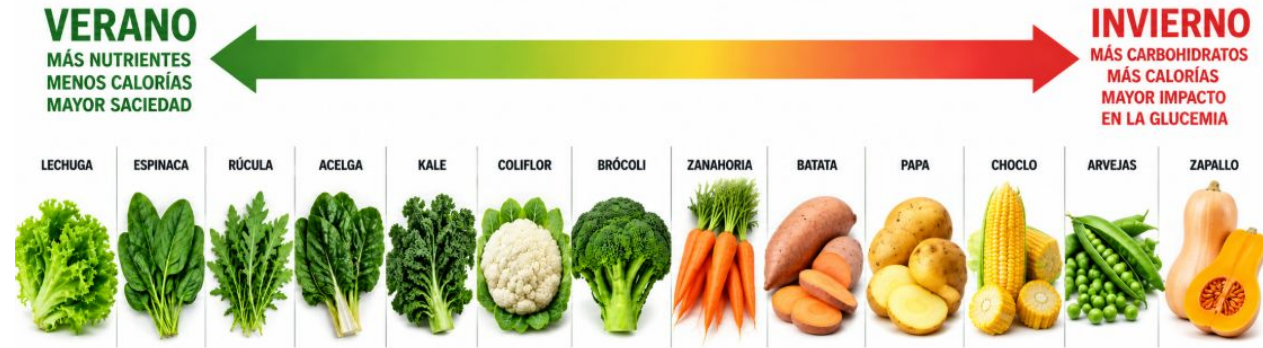
PRIMEIRO: IDENTIFICAMOS NOSSOS CLIENTES EM POTENCIAL...



- ▶ **SEGUNDO: CUANTIFICAMOS CUANTAS PLANTAS DE LECHUGAS DE CAMPO COMERCIALIZABAN/SEGUNDO: Quantificamos quantas plantas de alface de campo eram comercializadas.**
- ▶ **TERCERO: NOS PROPUSIMOS UN PORCENTAJE DE SUSTITUCION DE ESE PRODUCTO/TERCEIRO: Estabelecemos uma meta de percentual de substituição desse produto.**
- ▶ **CUARTO: LE PROPUSIMOS UN TIEMPO PARA GENERAR ESA DEMANDA A NUESTRO CLIENTES (PERO EL PRODUCTO SE ACEPTO MUCHO MAS RAPIDO)/QUARTO: Propusemos um prazo para gerar essa demanda junto aos nossos clientes (mas o produto foi aceito muito mais rapidamente).**
- ▶ **SE LLEGO AL OBJETIVO!!!/Alcançamos o objetivo!!!**



PERO APARECIÓ UN NUEVO DESAFIO= CAMBIO DE HABITOS
DE CONSUMO VERANO A INVIERNO/**Mas surgiu um novo
desafio: a mudança de hábitos de consumo do verão para o
inverno.**



OBJETIVO COMERCIAL: VENDER 8 DE CADA 10 PLANTAS DEMANDADAS... POR QUÉ?



- ▶ PRIMERO: NOS ASEGURAMOS VENDER TODO LO PRODUCIDO/ **PRIMEIRO: Garantimos a venda de tudo o que é produzido.**



- ▶ SEGUNDO: LOS CLIENTES NO TENDRÁN UNA NECESIDAD FUERTE DE BUSCAR OTRO PROVEEDOR/ **SEGUNDO: OS CLIENTES NÃO TERÃO UMA NECESSIDADE FORTE DE BUSCAR OUTRO FORNECEDOR**

NUEVO DESAFIO=NUEVA SOLUCION=NUEVA OBJETIVO

NOVO DESAFIO = NOVA SOLUÇÃO = NOVO OBJETIVO

► PRIMERA RESPUESTA AL DESAFIO/PRIMEIRA RESPOSTA AO DESAFIO:

PRODUCIR ALBAHACA EN INVIERNO, ESTE CULTIVO PASÓ A SER NUESTRO PRODUCTO “GANCHO” PARA QUE SIGAN COMPRANDO TODO EL RESTO/ Produzir manjeriçã no inverno: esse cultivo passou a ser nosso produto "chamariz" para que continuem comprando todo o restante.

SOLUCIÓN: 220 M2 DE INDOOR HIDROPONICO CON SISTEMA HIDROPONICO DE SUSTRATO/220 m² de cultivo indoor hidropônico com sistema hidropônico de substrato

PRODUCTO FINAL: HOJAS SELECCIONADAS DE ALBAHACAS PREMIUM/PRODUTO FINAL: FOLHAS SELECCIONADAS DE MANJERICÃO PREMIUM

PRODUCTO: HOJAS SELECCIONADAS DE ALBAHACAS PREMIUM/
PRODUTO: FOLHAS SELECCIONADAS DE MANJERICÃO PREMIUM



SEGUNDA RESPUESTA AL DESAFIO: MODIFICAR EL 50% DE LA PRODUCCION DE LOS CULTIVOS DE VERANO CON PRODUCTOS AMIGABLES CON LA “COCINA DE INVIERNO” / **SEGUNDA RESPOSTA AO DESAFIO: MODIFICAR 50% DA PRODUÇÃO DAS CULTURAS DE VERÃO COM PRODUTOS ADEQUADOS À “COZINHA DE INVERNO”**

CULTIVOS DE VERANO	CULTIVOS DE INVIERNO
LECHUGAS/ALFACE	LECHUGAS/ALFACE
RUCULA	RUCULA
BERRO/AGRIAO	BERRO/AGRIAO
ALBAHACA/MANJERICAO	ALBAHACA INDOOR/MANJERICAO
MENTA/HORTELÃ	MENTA/HORTELÃ
	ACHICORIA/CHICÓRIA
	CILANTRO/COENTRO
	PEREJIL/SALSINHA
	PAK CHOI/BOK CHOY
	MOSTAZAS/MOSTARDAS
	ACELGA
	ESPINACA/ESPINAFRE



CUAL ES EL OBJETIVO DE ESTA INVERSION: IMPONER NUESTRA MARCA A LOS CLIENTES Y NO NUESTRO PRODUCTO/**Qual é o objetivo deste investimento? Impor nossa marca aos clientes, e não o nosso produto.**





Mi empresa es el resultado
de la suma de las experiencias
de mis colegas...

**¡Deseo ser parte
de tus resultados!**

Minha empresa é o resultado
da soma das experiências
dos meus colegas...

**Desejo fazer parte
dos seus resultados!**

¡RECUERDEN QUE LO QUE NO SE MIDE NO SE MEJORA!/
Lembrem-se de que o que não se mede não se melhora!

MUCHAS GRACIAS! / Muito