"En UNICA hemos pasado de ser una cooperativa de kilos a una con visión de futuro"

Isidoro Carricondo, codirector técnico de UNICA, habla en esta entrevista de la cooperativa, de cuestiones como sostenibilidad y economía circular, o de I+D, entre otras cuestiones.

Acaba de defender su tesis sobre el uso de residuos vegetales como fuente de nutrientes en zonas con producción agrícola intensiva, ahondando en cuestiones relacionadas con la economía circular y sostenibilidad. Y está de enhorabuena porque su tesis ha sido calificada por el Tribunal como *Cum Laude*. ¿Cuánto tiempo has invertido en tu tesis? ¿A qué conclusiones has llegado?

Desde antes de 2013, cuando esta cooperativa se denominaba Casur -actual Natursur-, se hizo evidente que debíamos hacer una retirada formal de los restos vegetales de nuestros invernaderos; eso derivó en una serie de estudios. Había que darle al agricultor una explicación técnica y justificar con datos de por qué podríamos usar esos restos vegetales.

Para documentarte sobre este tema has recurrido a Tecomsa, planta especializada en el ciclo completo de reciclaje de residuos vegetales agrícolas procedentes de invernaderos. Cuéntanos un poco cómo fue la experiencia a nivel de investigación, ¿qué otras fuentes has utilizado?

La tesis consistía en un trabajo de investigación sobre restos vegetales, compost y vermicompost (tratados en la planta de vermicompost), comparándolos con un control orgánico de origen animal y un control mineral. Se extrajeron resultados positivos especialmente en vermicompost y compost. He contado con la colaboración con la Universidad de Almería (UAL), a nivel científico con el diseño experimental y todos los estudios que conlleva, ya que existe una cantidad ingente de analítica a nivel de diferentes nutrientes tanto de savia como en lixiviados, actividad enzimática y población microbiana en el suelo y por supuesto producción. Y también con Tecomsa, como empresa que ha gestionado todo el producto del experimento. Hay un trabajo estadístico muy importante, y esas han sido las principales fuentes consultadas.

Este proyecto de investigación está muy vinculado a la circularidad. La sostenibilidad es ya una obligación y eso como codirector técnico lo ves en el día a día de UNICA.

Cuando ponemos un producto en el mercado, el cliente tiene que ver de dónde proviene, qué estamos haciendo, hay que justificarle que se produce de manera sostenible. En el ámbito de economía circular, solo en Almería se están generando 2 millones de toneladas de restos vegetales, los cuales son una fuente descomunal de nutrientes. Si hacemos una buena gestión nos quitamos una buena cantidad de insumo de origen mineral.

Toda una carrera vinculada a UNICA

Tu trayectoria profesional ha estado muy ligada a la cooperativa de segundo grado, UNICA. ¿Puedes resumir cómo han sido estos años desde tu incorporación? ¿Qué cambios significativos has presenciado?

Empecé mi trayectoria profesional hace casi 30 años en Casur; fui director técnico (Casur posteriormente se fusión con Parquenat, dando como resultado Natursur); y ahora mantengo esa posición de codirector técnico (responsable de la producción ecológica y de las variedades de tomate de UNICA), junto con la de responsable de I+D. Hay que estudiar el sistema de manejo circular en el sistema de producción, el aprovechamiento existente en nuestras propias fincas, gestionando sus insumos. Tenemos varios proyectos, sobre todo, relacionados con Big Data (datos de riego, sensores, herramientas…)

Eres el responsable de los proyectos de I+D de UNICA centrados en mejorar las variedades y siempre enfocados en la rentabilidad del agricultor.

Sí, efectivamente, llevamos a cabo varios proyectos como el ‘30 x 5’, que consiste en un

aumento de la productividad en un 30% dentro de un periodo de 5 años en la propia explotación con la incorporación de herramientas de trabajo. Hemos ido mejorando la toma de datos, que el agricultor vea si por qué está cobrando un calibre más, si es más productivo, hacia donde tiene que dirigir su cultivo y asociarlo a esa gestión de la finca. Que el agricultor sea consciente de todo, venta y producción. En definitiva, que tenga los datos de cómo mejorar para obtener mayor producción y calidad en las fechas necesarias, mejorando así su rentabilidad.

Asimismo, estamos inmersos en el programa Ploutos; es un proyecto de sensorización en campo, donde se recogen por medio de sensores datos ambientales como temperatura, humedad relativa, datos de suelo, como conductividad eléctrica, temperatura y humedad. El objetivo es mejorar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas, y optimizar los insumos agrícolas como el uso del agua. Los datos tenemos que valorarlos; saber dónde estamos… no basarnos solamente en lo que es la producción, pero sin olvidarla.

En cuanto a nuevas variedades, estás al frente del nuevo tomate rosa variedad exclusiva de UNICA, también del tomate wabi sabi… ¿Cuál es tu misión como coordinador de estas iniciativas y qué objetivos se persiguen?

Trabajamos en dos líneas, por un lado, tenemos material genético de nuestra propiedad y, además, tenemos la finca de ensayos donde hacemos screening con empresas de semillas. Hablamos con las diferentes empresas de semillas y marcamos objetivos, hacia donde se dirige el sector y qué le podemos ofrecer al consumidor y al día de hoy, trabajamos estrechamente unidos con ellas, desarrollando el material conjuntamente.

Dada tu dilatada experiencia, ¿hacia dónde ves la evolución de UNICA y la del sector?

Respecto a UNICA, mi síntesis sería que hemos pasado de una cooperativa de kilos a una cooperativa con visión de futuro, con proyectos de investigación muy amplios, con la mirada puesta en la sostenibilidad, con nuevos productos, aprovechando los nichos de mercado…, en resumen, se está trabajando de manera más cualitativa buscando siempre la rentabilidad del agricultor sostenida en el tiempo.

Si me preguntas hacia dónde se dirige el sector y cómo se adaptarán las empresas hortofrutícolas a las nuevas demandas, yo diría que el cliente necesita productos *commodity,* pero siempre habrá un nicho para los productos premium y, sobre todo, para el producto ecológico, cuya demanda sigue creciendo.