

1.2.3. Tipos de acolchado.

AGRITOM2.0 también ha realizado un pequeño estudio sobre la conveniencia o no de utilizar acolchado para el cultivo de tomate de industria.

Se utilizaron productos comerciales, con una muestra representativa de los más utilizados por los agricultores de la zona. (Ver Tabla).

Acolchados	Casa Comercial
Film Negro "Polietileno Estándar" (1200x0.015)	-(no aplica)-
Film AG.Negro Biodegradable (1200x0.015)	REYENVAS, S.A.
Acolchado Papel (1200x85g/m2)	Smurfit Kappa
NO Plástico	-(no aplica)-

Ilustración_4

Se desaconseja la no utilización de acolchado para parcelas donde se prevea la proliferación de malas hierbas. Su control supera con creces el coste de utilizar cualquier acolchado.

Queda demostrado que los acolchados biodegradables cumplen las funciones exactamente igual que los acolchados convencionales.

Los acolchados de papel son válidos para el cultivo de tomate de industria pero en ocasiones si la colocación o ha sido del todo óptima pueden rasgarse.

1.2.4. Cortes de riego.

Se han aplicado cortes de riego al final de cosecha, con el objetivo de ver si con ello se consigue algo de precocidad en el fruto, si tiene efecto sobre la producción y sobretodo con la calidad final obtenida de los frutos.

Sin olvidarse de una optimización en el consumo de agua.

Cortes de riego:

Cortes de Riego	Ejemplo de Fecha (Aprox. cosecha)
NO CORTE	01/09/2019
1 Semana antes de cosecha	26/08/2019
2 Semanas antes de cosecha	19/08/2019
3 Semanas antes de cosecha	12/08/2019

AGRITOM2.0 ha observado que cortar el riego una o dos semanas antes de su cosecha garantiza una excelente producción y mejora ligeramente los parámetros cualitativos de los frutos.

Ilustración_5

1.3. Justificación en caso de que los resultados no hayan sido los esperados y se haya obligado a un ajuste del proyecto.

Quizás, lo único reseñable aunque no determinante para la ejecución y los objetivos primarios del proyecto, ha sido que no se ha podido determinar o establecer con claridad cuál de las variedades estudiadas se adapta mejor a nuestra zona. Esto principalmente se debe a que todas las variedades se han cultivado de igual manera, sin tener en cuenta las características vegetativas de cada una de ellas y sin hacer distinción siquiera en cuanto a su ciclo de cultivo. El abonado, riego, control de plagas y enfermedades se ha gestionado **de manera genérica**, intentando cubrir todas las necesidades del cultivo y consiguiendo un desarrollo más o menos uniforme en toda la parcela de estudio.

1.4. Perspectivas y posibles aplicaciones o continuidad del proyecto.

Mediante este pequeño estudio, queda demostrado que bajo condiciones medioambientalmente más sostenibles, **SÍ** es posible el cultivo de Tomate de industria en nuestra región, sin perjuicio de la rentabilidad o viabilidad del cultivo, obteniendo producciones rentables para el agricultor.

En lo referente al cronograma de difusión/divulgación de resultados, hay que destacar el esfuerzo realizado por todos los miembros de AGRITOM2.0.

No sólo se ha cumplido, sino que en se ha adaptado perfectamente a las necesidades de cada momento, con continuidad y realizando un excelente trabajo incluso durante el tiempo de pandemia.

4. Alcance y plan de divulgación

La difusión del proyecto Agritom2.0 se ha basado en combinar la relación con los medios de comunicación en sus diferentes esferas y formatos, con el trato directo con el sector agropecuario y su trabajo sobre el terreno con la proximidad al público que pueda estar interesado en el proyecto.

Durante los tres años del proyecto se han combinado las acciones directas de difusión con el sector y los agricultores interesados en el proyecto, con las labores de comunicación a través de redes sociales y la página web así como la comunicación generalista en ruedas de prensa para comunicar los planteamientos y resultados de los trabajos de cada campaña, favoreciendo la aparición en medios de comunicación audiovisuales y escritos y su reproducción y multiplicación a través de la red.

La comunicación se ha visto limitada en su transmisión por la Covid 19 al restringir las posibilidades de actuación presencial. Aún así las campañas divulgativas se han desarrollado en toda La Rioja y se ha podido celebrar la jornada final de exposición de resultados a la finalización del estudio.

Las acciones divulgativas las podemos clasificar:

Acción	Número
Publicación web	62
Actuaciones con medios de comunicación	19
Comunicación electrónica directa	32
Promoción directa	20
Redifusión en redes	28
Encuentros y jornadas	8

Estas actuaciones se han reflejado en diferentes medios de comunicación, orales, escritos y electrónicos mediante crónica, entrevista o reportaje:

Acción	Número
Entrevistas en radio	16
Reportajes televisión	3
Suplementos y reportajes prensa escrita	3
Apariciones prensa tradicional	12
Apariciones prensa electrónica	42

Todo ello se ha combinado con la redifusión a través de las cuentas en redes sociales (twitter, youtube..) por los diferentes socios participantes en el proyecto y a través de sus contactos. El posicionamiento de Agritom2.0 en la red ha sido satisfactorio al aparecer como primera referencia en Google para Agritom con de 30.000 entradas.

Es difícil evaluar el impacto de estas actuaciones, pero sirva de orientación por ejemplo, en cuanto a la prensa escrita (Diario La Rioja) señala una venta en torno a los 10.000 ejemplares diarios con 85.000 lectores en 2016 y 149.000 usuarios diarios en la versión web para 2020. Las emisoras de radio locales, oscilan entre los 44.000 oyentes y los 15.000 (según el EGM de 2019).

Cualitativamente hemos podido contrastar el impacto obtenido al haber sido reconocidos con los Premios del Campo 2021 del Diario La Rioja en la parcela de Innovación.

De esta manera con la difusión realizada en las acciones apuntadas creemos que hemos alcanzado holgadamente las pretensiones de difundir la situación del tomate de industria en La Rioja y sus posibilidades de futuro entre el público en general, además de entre los sectores interesados.

5. Presupuesto desglosado

PRIMER PAGO PARCIAL PERIODO 01/01/2019-30/06/2019

TIPO	AIDISA (Ctic Cita)		COOPERATIVO EL RASO		UNIVERSIDAD DE LA RIOJA		FUNDACIÓN CAJA RIOJA		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	11.015,00 €	15.043,99 €	13.624,00 €	21.141,50 €	6.250,40 €	11.048,54 €	4.060,80 €	6.958,38 €	34.950,20 €	54.192,41 €
Gastos de Viajes									0,00 €	0,00 €
Compra Material Fungible			2.352,00 €	2.605,73 €	2.040,00 €	3.085,50 €			4.392,00 €	5.691,23 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión							1.200,00 €	1.331,95 €	1.200,00 €	1.331,95 €
TOTAL	11.015,00 €	15.043,99 €	15.976,00 €	23.747,23 €	8.290,40 €	14.134,04 €	5.260,80 €	8.290,33 €	40.542,20 €	61.215,59 €

SEGUNDO PAGO PARCIAL PERIODO 01/07/20219-30/06/2020

TIPO	AIDISA (Ctic Cita)		COOPERATIVO EL RASO		UNIVERSIDAD DE LA RIOJA		FUNDACIÓN CAJA RIOJA		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	28.316,00 €	37.749,77 €	24.459,00 €	60.125,70 €	11.025,60 €	22.948,96 €	3.715,00 €	6.694,68 €	67.515,60 €	127.519,11 €
Gastos de Viajes			960,00 €	1.200,00 €					960,00 €	1.200,00 €
Compra Material Fungible									0,00 €	0,00 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión									0,00 €	0,00 €
TOTAL	28.316,00 €	37.749,77 €	25.419,00 €	61.325,70 €	11.025,60 €	22.948,96 €	3.715,00 €	6.694,68 €	68.475,60 €	128.719,11 €

TERCER PAGO PARCIAL PERIODO 01/07/2020-30/06/2021

TIPO	AIDISA (Ctic Cita)		COOPERATIVO EL RASO		UNIVERSIDAD DE LA RIOJA		FUNDACIÓN CAJA RIOJA		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	37.464,80 €	49.163,76 €	24.459,00 €	44.824,08 €	21.176,80 €	43.426,02 €	3.715,00 €	8.345,89 €	86.815,60 €	145.759,75 €
Gastos de Viajes							400,00 €	501,46 €	400,00 €	501,46 €
Compra Material Fungible									0,00 €	0,00 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión							1.200,00 €	750,00 €	1.200,00 €	750,00 €
TOTAL	37.464,80 €	49.163,76 €	24.459,00 €	44.824,08 €	21.176,80 €	43.426,02 €	5.315,00 €	9.597,35 €	88.415,60 €	147.011,21 €

CUARTO PAGO PARCIAL PERIODO 01/07/2021-31/12/2021

TIPO	AIDISA (Ctic Cita)		COOPERATIVO EL RASO		UNIVERSIDAD DE LA RIOJA		FUNDACIÓN CAJA RIOJA		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	15.782,00 €	20.923,62 €	24.459,00 €	43.291,74 €	6.250,40 €	13.672,08 €	3.196,80 €	6.302,24 €	49.688,20 €	84.189,68 €
Gastos de Viajes					960,00 €	0,00 €	400,00 €	501,72 €	1.360,00 €	501,72 €
Compra Material Fungible									0,00 €	0,00 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión							1.200,00 €	1.745,27 €	1.200,00 €	1.745,27 €
TOTAL	15.782,00 €	20.923,62 €	24.459,00 €	43.291,74 €	7.210,40 €	13.672,08 €	4.796,80 €	8.549,23 €	52.248,20 €	86.436,67 €

COSTE TOTAL FINAL DEL PROYECTO POR ENTIDAD

TIPO	AIDISA (Ctic Cita)		COOPERATIVO EL RASO		UNIVERSIDAD DE LA RIOJA		FUNDACIÓN CAJA RIOJA		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	92.577,80 €	122.881,14 €	87.001,00 €	169.383,02 €	44.703,20 €	91.095,60 €	14.687,60 €	28.301,19 €	238.969,60 €	411.660,95 €
Gastos de Viajes	0,00 €	0,00 €	960,00 €	1.200,00 €	960,00 €	0,00 €	800,00 €	1.003,18 €	2.720,00 €	2.203,18 €
Compra Material Fungible	0,00 €	0,00 €	2.352,00 €	2.605,73 €	2.040,00 €	3.085,50 €	0,00 €	0,00 €	4.392,00 €	5.691,23 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3.600,00 €	3.827,22 €	3.600,00 €	3.827,22 €
TOTAL	92.577,80 €	122.881,14 €	90.313,00 €	173.188,75 €	47.703,20 €	94.181,10 €	19.087,60 €	33.131,59 €	249.681,60 €	423.382,58 €

6. Valoración general del proyecto

6.1. Valorar si se han cumplido los objetivos que se habían planteado.

Sí. Todos los objetivos se han cumplido.

AGRITOM2.0 ha divulgado y difundido el conocimiento necesario para retomar el cultivo de tomate de industria en nuestra región. Además ha proporcionado alternativas suficientes para poder hacerlo de una forma medioambientalmente más sostenible, obteniendo frutos de calidades óptimas y sin perjuicio de la producción.

6.2. Valorar la ventaja que supone el proyecto o la acción para los miembros del grupo operativo o el equipo de innovación.

Este proyecto nos ha permitido conocer mejor y profundizar en las necesidades de los productores/agricultores y cómo alinearlas con lo que solicita el mercado.

Establecer que en el sector primario, tan importante es desarrollar productos que aporten un valor añadido a los mercados/industrias, como tener en cuenta parámetros de producción que permitan la viabilidad/rentabilidad final a los distintos productores.

6.3. Valorar los efectos que puede tener sobre el resto del sector y los objetivos del Programa de Desarrollo Rural.

El objetivo principal del proyecto es intentar recuperar el cultivo de tomate de industria en nuestra región.

Se han establecido y difundido los pormenores de este tipo de cultivo y facilitado a todo aquel que se ha interesado la herramienta del “conocimiento” del cultivo. Se ha ofrecido información sobre parámetros mínimos para el desarrollo del cultivo así como la opción en el manejo del mismo de forma más eficaz y medioambientalmente sostenible.

Que se retome el cultivo de tomate de industria en nuestra región depende de muchos factores y AGRITOM2.0 ha puesto bases para que esto ocurra.

6.4. Valorar la eficacia de las acciones de divulgación.

El apartado de divulgación/difusión ha sido uno de los puntos fuertes de este proyecto, consiguiendo hacer eco del proyecto, no sólo en nuestra región sino en la ribera del valle del Ebro.

Ha habido llamadas de interés tanto de productores, como de marcas colectivas/industrias, ofreciéndose a colaborar si así hubiera sido posible/necesario. (Ejemplo: Varias de las industrias de la zona, se interesaron y se ofrecieron para hacerse cargo de la producción).

6.5. Valorar la experiencia de trabajo dentro de un entorno de cooperación

La experiencia de trabajo cooperativo ha sido muy positiva, ya que todos los integrantes del grupo operativo compartíamos los valores del proyecto, lo cual ha evitado cualquier tipo de discrepancias en cuanto a la metodología de ejecución o el alcance del mismo.