Experiencia del equipo solicitante

Referencias sobre proyectos anteriores relevantes para la convocatoria, especialmente proyectos vinculados con innovación, economía circular y/o desarrollo rural.

Desde 2015 Soluciones Agromarketing S.L. (www.agromarketing.es) se ha especializado en la comunicación y el marketing dirigido al sector agroalimentario y turístico, así como en el desarrollo de soluciones tecnológicas para el sector agrícola, destacando asimismo en la puesta en marcha de proyectos de innovación agrícola, de desarrollo rural y economía circular, así como a la organización de eventos de máxima repercusión, campañas de comunicación offline y online.

Entre los eventos internacionales de Agromarketing, destacar que desde 2019 la empresa organiza el Congreso Internacional Microbioma (www.microbioma.es) de las que ya ha organizado dos ediciones convirtiéndose en el evento más importante de microorganismo aplicados a la agricultura de Europa. Agromarketing en colaboración con un equipo técnico como Carlos García (investigador del Cebas-Csic y una eminencia internacional en este campo científico) logró congregar a más de 3.000 profesionales de todo el mundo entre las dos ediciones de 2019 y 2021 en el Auditorio El Batel de Cartagena.

El interés despertado en el sector motivó la puesta en marcha de Microbioma Academy con el primer curso internacional de especialización en el uso de microorganismos aplicados a la agricultura (https://microbioma.es/curso-2021) que se desarrolló online a través de la plataforma Agromunity y que contó con más de 400 profesionales internacionales inscritos que siguieron un curso impartido por una veintena de expertos internacionales. Prueba de su éxito es la reedición de un segundo curso advanced este año, la creación de Microbioma Center en el Hub de Ricote Valley de Villanueva y la celebración de la tercera edición del Congreso de Microbioma del 7 al 8 de junio en la ciudad de Murcia. Esta experiencia sitúa al equipo solicitante como una referencia internacional de primer orden dinamizador del sector para la implementación con éxito del proyecto Ecogénesis y su réplica en otros territorios.

Además de la base de datos de los profesionales inscritos en sus eventos presenciales, Agromarketing cuenta con una plataforma online de contenidos audiovisuales exclusivos agrícolas denomina Agromunity (www.agromunity.com) puesta en marcha desde 2019. En este periodo cuenta con más de 15.000 profesionales registrados de todo el mundo que supone una base de datos de relevancia para difundir las diferentes acciones y resultados del proyecto Ecogénesis. Todo ello constituye un potencial extraordinario a la hora de medir el impacto de las acciones de difusión de las acciones y resultados del proyecto Ecogénesis.

1. Proyectos vinculados con la Innovación y la Economía Circular

1. Grupos operativos locales

La gestación, planificación y gestión de Grupos Operativos de Innovación europeos ha sido una de sus prioridades, a través de los cuales en tan solo 4 años ha puesto en

marcha 7 proyectos de innovación relacionados con el sector agroalimentario, por un importe global de 819.029,02 euros.

Todos los proyectos están vinculados directamente con la innovación y con la economía circular:

- "SISTEMA INTEGRADO DE ASISTENCIA TÉCNICA EN CAMPO - SIATCA".

Desarrolla una aplicación móvil que, junto a un potente panel de control, sirve a los agricultores para la resolución de dudas técnicas sobre sus cultivos.
Enlace SIATCA: https://myagro.es/

- "APROVECHAMIENTO DE RESTOS DE PODA DEL MELOCOTONERO Y OTROS FRUTALES DE HUESO PARA USO ORNAMENTAL Y SOUVENIR"

A partir de los residuos procedentes de los restos de poda de los árboles frutales, se desarrolla un producto ornamental (ramas de frutales en flor) comercializable como souvenir ornamental.
Enlace Flor de Frutas: https://flordefruta.es/

- "ECONOMÍA CIRCULAR EN LA VITICULTURA Y ENOLOGÍA MURCIANAS: UN ENFOQUE DE MARKETING TERRITORIAL Y AMBIENTAL (VINECOCIR)"

Como resultado de los trabajos de este Grupo Operativo, se establecerán pautas de producción sostenible en los viñedos desde la triple óptica económica, social y ambiental, con un esquema de economía circular y verde.
Enlace VINECOCIR: https://vinodemurcia.es/

- "APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS DE FRUTA PARA SU VALORIZACIÓN COMO SUBPRODUCTO APROVECHABLE PARA LA FABRICACIÓN DE PACKAGING DE USO AGRÍCOLA Y OTROS"

Persigue el aprovechamiento de los residuos procedentes del destrío de la fruta de hueso dándole un uso sostenible económica y medioambientalmente, como es la fabricación de envases y embalajes para productos hortofrutícolas.
Este proyecto, además de con la innovación, está vinculado con la economía circular

Enlace AGROPACK: https://agropack.es/

- "REDUCCIÓN DE FERTILIZACIÓN NITROGENADA EN LA REGIÓN DE MURCIA MEDIANTE EL APORTE DE MICROORGANISMOS AUTÓCTONOS FIJADORES DE NITRÓGENO AMBIENTAL"

El objetivo del proyecto es incrementar la sustentabilidad del sector productor de frutas y hortalizas en la Región de Murcia evitando las pérdidas de producción que podría acarrear la reducción de un 30% de la fertilización nitrogenada.
Enlace MICRO N: https://micro-n.es/

- “HUELLA SOCIAL: HERRAMIENTA DE FIDELIZACIÓN Y CONOCIMIENTO DE PREFERENCIAS Y GUSTOS DEL CONSUMIDOR PARA EL COMERCIO DE FRUTAS Y VERDURAS”.

El objetivo es abrir un canal bidireccional de información entre el productor de frutas, verduras y hortalizas y los consumidores, para dar a conocer a éstos las características y trazabilidad de los productos que consumen, y que el productor conozca los gustos y preferencias del consumidor.
Enlace HUELLA SOCIAL: https://agrum.es/

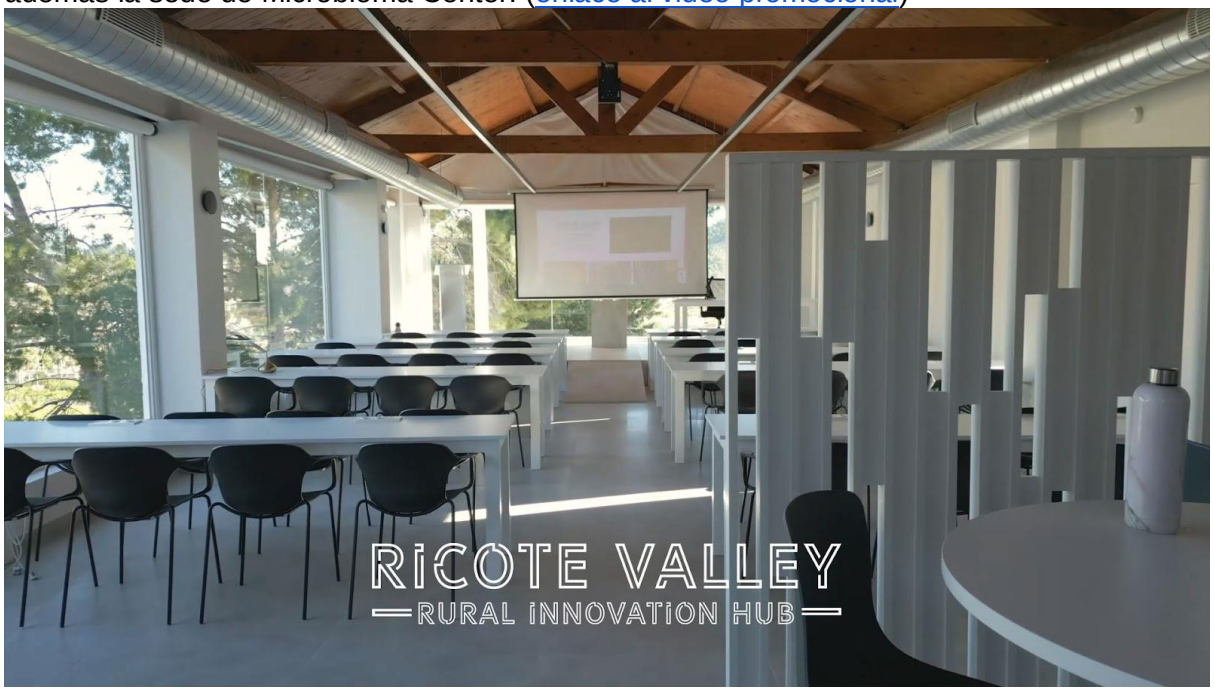
- ENOVOLTAICS: INTEGRACIÓN FOTOVOLTAICA SIMBIÓTICA EN VIÑEDOS

Enlace: https://enovoltaics.es/

Asimismo formó parte del equipo de trabajo del GRUPO OPERATIVO ADAPTACIÓN DEL SECTOR DE FRUTALES DE HUESO AL CAMBIO CLIMÁTICO, en el que tiene encomendadas las tareas de comunicación y difusión.
Enlace. https://cambioclimaticofrutadehueso.es/

2. Puesta en marcha y gestión del Centro de Innovación y emprendimiento Ricote Valley Hub

Agromarketing ha convertido Villanueva del Río Segura en una referencia nacional e internacional en el campo de la biotecnología y la agricultura sostenible gracias a la instalación en recientes fechas del Hub de Emprendimiento Ricote Valley, que es además la sede de Microbioma Center. (enlace al video promocional)



Se trata de un Centro Tecnológico que ha comenzado su andadura en este año 2023, a iniciativa de Agromarketing, y que cuenta con el apoyo de centros de investigación de referencia nacional como el CEBAs- CSIC y empresas multinacionales líderes en

biotecnología en un área que sin duda marcará el futuro de la agricultura, como es el de la biotecnología y su aportación a la agricultura sostenible.

El Hub servirá a los fines del proyecto ya que servirá como centro de formación en las acciones previstas en esta memoria, y que vienen detalladas en el apartado 5.2 Descripción de actividades y metodologías previstas, y en las de asesoramiento a los actores participantes.

Actualmente, las empresas que son partners en Ricote Valley Hub son: Tradecorp, Plymag, Compo Expert, AgroBank, Alltech Crop Science, Evalue, Moprilab, Abonos Orgánicos Pedrín, Ideagro y Target.

Son colaboradores: Symborg, Trichodex,Servalesa, Greenfield, CAG Clanage y Balam Agriculture.

Y como colaboradores institucionales tiene a: CEBAS- CSIC, Apoexpa, Aefa, Adimur, EJP Soil, Proexport,Anecoop, Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y Alimentación, el Instituto de Fomento de la Región de Murcia, y CDTI del Ministerio de Ciencia e Innovación.

2. Proyectos vinculados con el desarrollo rural

El aprovechamiento del potencial del turismo en el desarrollo rural a través de la puesta en valor de un fenómeno natural como es la floración de los campos de frutales fue una de las propuestas de valor que Agromarketing supo ver, fruto de lo cual se implicó en el proyecto Floración de Cieza, desarrollando actividades de todo tipo, siempre con las miras puestas en crear sinergias…..

1. Floración de Cieza
    1. Organización de las Rutas de La Floración

Los socios que componen Agromarketing fueron pioneros, hace casi una década, en la puesta en marcha de las visitas guiadas por los campos en flor de Cieza. Al inicio eran pequeños grupos de 8 a 10 personas las que acudían a las excursiones ya que el fenómeno apenas era conocido. Aquellas primeras visitas sirvieron para validar la idea de promocionar este fenómeno natural y de “condimentarlo” con gastronomía local, patrimonio y experiencia sensorial única donde se interacciona con la naturaleza y se aprende a entender cómo ésta actúa y se comporta.

Una vez se comprobó la gran aceptación que la actividad tenía entre los visitantes y que cada año atrae a un mayor número de turistas, se dió un paso más con la construcción, en colaboración con la asociación cultural la floración, del Centro de Interpretación del Melocotón de Cieza, único museo de Europa dedicado al cultivo del melocotón.

Actualmente se ofrecen diferentes paquetes turísticos relacionados con la Floración de Cieza y la recogida de melocotones (Peach Experience) con un crecimiento año a año que venía siendo exponencial hasta el año 2020, en que las restricciones obligadas por la pandemia frenaron esta evolución, que volvieron a su cauce en el pasado año.

En este sentido, en 2022 fueron más de 8.000 visitantes los que vivieron la experiencia de La Floración de Cieza con Agromarketing. Esta cifra hizo a la empresa plantearse un sistema de digitalización que pudiera catalogar a los clientes en función del tipo de ruta escogida, del grado de dificultad de la ruta, de su origen, de su edad y de otras muchas variables para seguir ofreciendo las mejores experiencias de manera personalizada.

Actualmente la Floración de Cieza se ha convertido en un fenómeno global con un alcance en 2020, último que se puede tomar como referencia, de más de 60.000 visitantes a la localidad entre los meses de febrero y marzo. Desde Agromarketing estamos muy orgullosos de haber contribuido aportando nuestro granito de arena a que este fenómeno sea reconocido internacionalmente creando riqueza y puestos de trabajo en Cieza y las comarcas limítrofes.

1. Proyecto turístico Floración Accesible

Dentro del proyecto turístico Floración de Cieza en el que Agromarketing se ha implicado, pero como proyecto independiente por su trascendencia social, Agromarketing puso en marcha en el año 2017 la Floración Accesible, que viene organizando puntualmente y que permite que personas con movilidad reducida puedan disfrutar de las sensaciones de la Floración de Cieza en pleno esplendor.

Desde su primera edición celebrada en el año 2017, centenares de personas pertenecientes a casi una veintena de asociaciones de discapacitados de toda España pueden recorrer los campos en flor, en una iniciativa con la que Agromarketing ha

pretendido contribuir a la normalización del turismo y las actividades de ocio y tiempo libre en la naturaleza.
Se puede visionar el video de la actividad Floración Accesible en el siguiente enlace:
https://www.youtube.com/watch?v=TMvADjIc1ew

2. PROYECTO ESPAÑA EN FLORACIÓN

Fruto de la experiencia en la organización de actividades relacionadas con la floración, Soluciones Agromarketing se presentó a la convocatoria de 2022 Experiencias Turísticas España, dentro del Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico que se financia con los fondos Next Generation EU, la Secretaría de Estado de Turismo, con el proyecto "Experiencia España en Floración", consiguiendo ser una de las iniciativas seleccionadas y conseguir una de las puntuaciones más altas entre todos los proyectos presentados.

El proyecto "Experiencia España en Floración" (https://floracion.es/) ya se ha puesto en marcha, siendo una iniciativa de desarrollo rural de los numerosos territorios de la geografía nacional que tienen como nexo de unión el fenómeno natural de la floración de sus campos, con unas particularidades que las hacen únicas en cada uno de ellos, y que promocionada como iniciativa turística conjunta a nivel nacional, podrá aprovecharse de multitud de sinergias que, bajo el paraguas de la marca de calidad "España en Floración", se establecerán a través de la organización de actividades conjuntas y complementarias entre sí, puestas en marcha a lo largo del año, aprovechando el escalonamiento en el tiempo con el que se presentan las distintas floraciones.

3. Experiencias agroturísticas (Agroexperiencias)

Desde sus inicios, agromarketing ha estado siempre a la vanguardia de la innovación relacionada con el sector agroalimentario y con el turístico, y fruto de este planteamiento, se lanzó a ofrecer a los visitantes a Cieza, lugar en el que empezaron sus actividades, las experiencias agroturísticas, o “Agroexperiencias”.

Y es que ya no es suficiente ofrecer tranquilidad, un entorno natural, una gran cantidad de recursos turísticos o la belleza del lugar. A todo eso, había que añadirle experiencias, es decir, un contacto más intenso y auténtico con sus habitantes, innovación, autenticidad, sorpresa, historias y vivencias… emociones.

No es lo mismo visitar un destino que sentir un destino (olores, colores, gusto, texturas…) y vivirlo con sus habitantes. Hay que integrarse en la forma de vivir y en la cultura propia de cada lugar, impregnándose de todo lo intangible hacia la creación de un recuerdo que perviva después de la experiencia y que pueda ser transmitido a los demás.

Y todo eso lo ofrecen los proyectos agroturísticos puestos en marcha por Agromarketing: Olive Experience y Peach Experience.

1. Proyecto experiencias turísticas: Peach Experience

Una de las mayores sorpresas que se ofrece a los clientes de la Floración de Cieza consiste en poder ver y degustar, cuando llega la época de recolección, los frutos que en ese momento son solamente bonitas flores, especialmente el fruto estrella del municipio por el que es reconocido en el mundo entero, que son sus extraordinarios melocotones.

De este modo y desde 2015 Soluciones Agromarketing ofrece una nueva experiencia turística en los meses de Junio, Julio y Agosto llamada Peach Experience. En esta actividad cada visitante se convierte en "jornalero por un día", aprendiendo de manos de un agricultor con experiencia todos los pormenores del cultivo de este fruto - aclareo, poda, riego, formación del hueso, maduración, etc.

Tras las explicaciones, la actividad continúa a pie de árbol en donde con una capaza y echando mano "del botijo" recolectan los frutos que se llevarán a casa.

Esta oferta agroturística se puede compaginar con otras actividades para descubrir los recursos turísticos y medioambientales de la zona como la Cueva de La Serreta y el Barranco de Los Grajos, con pinturas rupestres Patrimonio de la Humanidad; o disfrutar del río Segura practicando rafting.

https://www.youtube.com/watch?v=WsMKsWt_2h4

https://www.youtube.com/watch?v=6MU4UNisIZU

https://www.youtube.com/watch?v=Usio9yqZBkw

2. Proyecto experiencias turísticas: Olive Experience

Las experiencias agroturísticas no se limitan al melocotón, sino que se extiende a otros de los productos estrella de la localidad de Cieza, que es su famosa oliva mollar (considerada alimento tradicional de la Región de Murcia por el Gobierno de España).

Cieza es heredera de una larga tradición en torno a la aceituna (oliva en la terminología propia de esta zona). El olivo fue introducido en estas tierras por los griegos y desarrollado su cultivo por romanos y árabes, continuando una tradición hasta nuestros días. Destaca entre todas la variedades que se cultivan en Cieza, la Mollar, de sabor y textura característicos, que únicamente se encuentran en los frutos cultivados en las ricas tierras ciezanas.

De ahí que esta variedad de oliva esté catalogada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación como uno de los productos tradicionales de la Región de Murcia.

Tanto la práctica de su recolección como su elaboración artesanal constituyen un patrimonio etnográfico de primer orden, que se ha transmitido de generación en generación hasta nuestros días. Es tradicional entre las familias ciezanas elaborar bombonas de oliva mollar que luego se consumen en momentos señalados, imprescindible en una buena ensalada.

La oliva se recolecta manualmente (algo que también la distingue del resto de aceitunas que se recogen en otras latitudes) desde finales de agosto a septiembre, cuando el fruto alcanza el color verde acaramelado, señal de que está a punto para encurtirlo. De ahí que sea este mes el idóneo para disfrutar de la “Olive Experience”.

Recoger con tus propias manos una fruta del árbol o almorzar la gastronomía tradicional de la que disfrutan los jornaleros cada día en su faena, son así sensaciones que pueden experimentar los visitantes, especialmente gratificante cuando se trata de grupos de escolares, que participan en este proyecto agroturístico innovador que supone una inmersión al mundo agrícola y, en concreto, al de Cieza y su comarca que destacan por la calidad de su oliva y melocotón.

La experiencia termina con un almuerzo campero con productos típicos de la zona como “olivas de cieza”, “chapeo”, “zarangollo” o “pipirrana”.

En definitiva se trata de una experiencia diferente que tras seis años podemos afirmar que marca la diferencia y gusta mucho a pequeños y mayores.

Enlace al video:
Enlace al video Olive Experience:

https://www.youtube.com/watch?v=5_8KMB7O_wQ&list=PLlKx3sZN2VGhdrFAtCgCyraO1Z1NPBpTT

Enlace a dossier:
https://agromarketing.es/documentos/olive-experience-dossier.pdf

3.4 Restaurante Jardines de Villanueva

Agromarketing España cuenta con una importante experiencia en la zona con la gestión durante seis años del Restaurante Jardines de Ojós (www.jardinesdeojos.es), a escasos dos kilómetros de Villanueva, en pleno corazón del Valle de Ricote. Su apuesta por los productos km 0 de los agricultores y ganaderos locales, así como la sinergia con proveedores locales.

Este modelo de éxito lo hemos replicado en Villanueva desde hace unos meses con la puesta en marcha del Restaurante panorámico Jardines de Villanueva (www.jardinesdevillanueva.es) que se ubica estratégicamente en la planta inferior del edificio que acoge Ricote Valley Hub..

Equipo de Agromarketing con Ferran Adriá en Restaurante Jardines de Villanueva