

Diagnóstico del Parque Agroecológico Soto del Grillo.

Situación agronómica, social, comercial y económica.

*Otero Calvo L, **Rada Uyarra A, ***Lopez García D,

*Universidad de Barcelona, Avda. Diagonal nº 643, E0828 Barcelona. Telf.: 645920503. luciotka@hotmail.com. **Universidad de Barcelona, Avda. Diagonal nº 643, E0828 Barcelona. Telf.: 653513459. ainhoa.rada.uyarra@gmail.com. ***Universidad Pablo Olavide, Ctra. Utrera Km.1, E41013 Sevilla. Telf.: 665847138. daniel.lopez.ga@gmail.com.

Introducción



En el año 2012 el Ayuntamiento de Rivas-Vaciamadrid puso en marcha como iniciativa local el Parque Agroecológico Soto del Grillo. El objetivo inicial fue recuperar la actividad agrícola, el empleo y el tejido social de este espacio a través de iniciativas productivas agroecológicas. Sin embargo, a pesar de sus potencialidades, tras estos años de experiencia parecen manifestarse un conjunto de limitaciones que podrían estar condicionando su desarrollo social, comercial, productivo y económico.

Objetivos

El objetivo principal del presente estudio fue realizar un diagnóstico integral de la situación del Parque para identificar los aspectos clave que condicionan su funcionamiento desde la perspectiva de los actores implicados.

Metodología

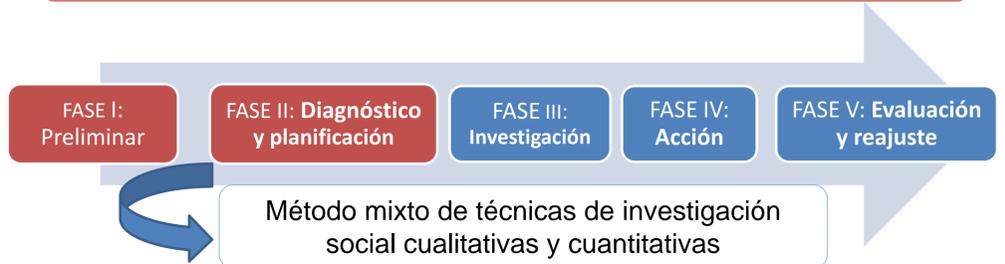


Figura 1. Investigación-Acción participativa adaptada a 5 fases. (Fuente: Adaptado de López y Guzmán, 2013)

Resultados

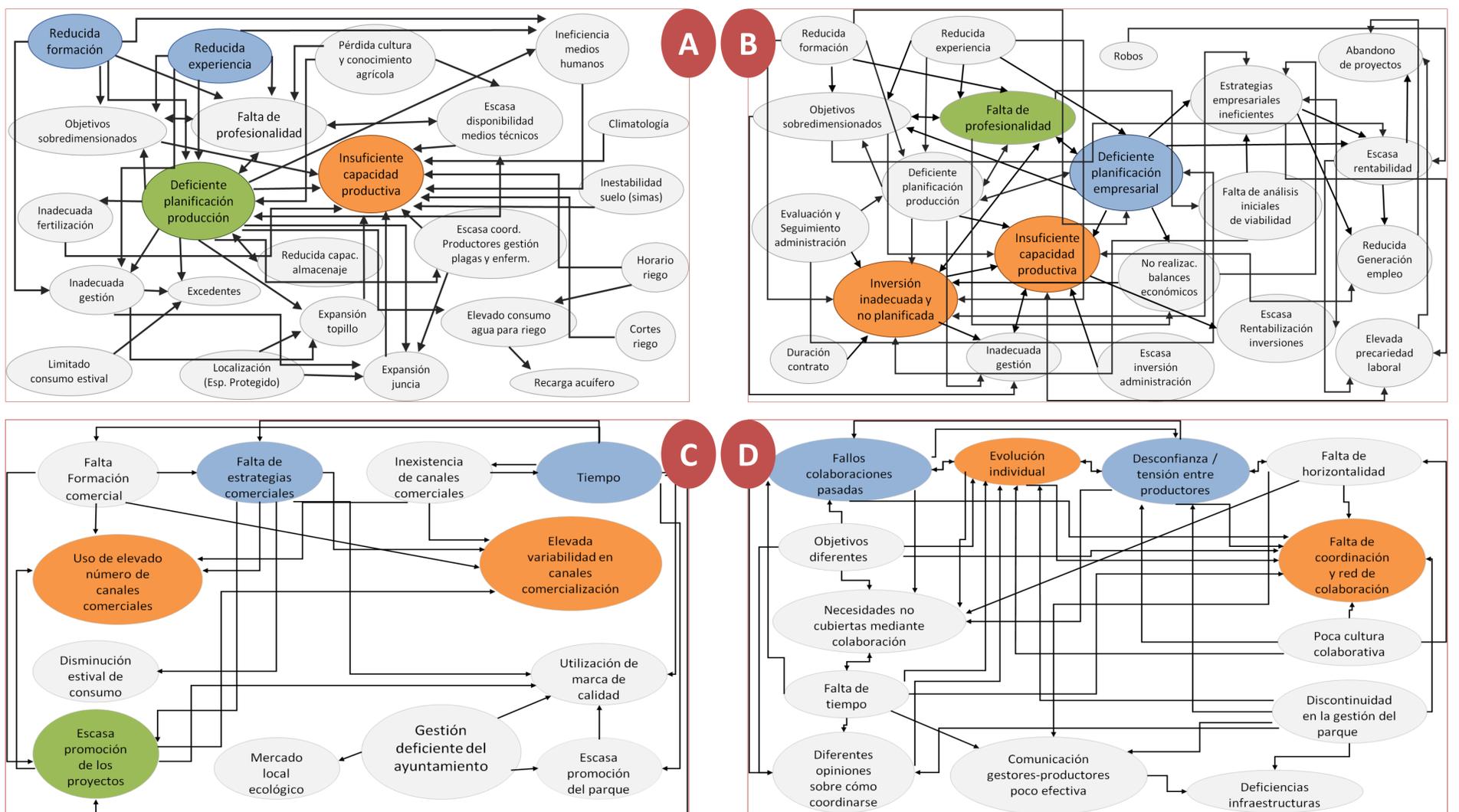


Figura 2. Flujogramas que destacan los problemas llave que son causa (color azul), consecuencia (color naranja) y causa y consecuencia (color verde) de las limitaciones del Parque. A) Flujograma dimensión productiva. B) Flujograma dimensión económica. C) Flujograma dimensión comercial. D) Flujograma dimensión social. (Fuente: Elaboración propia).

Conclusiones

- El amplio conjunto de limitaciones actúa de forma sinérgica.
- La producción agrícola en el conjunto del Parque no ha alcanzado el desarrollo esperado.
- La rentabilidad económica y la generación de empleo son muy limitados, con elevada precariedad.
- En el conjunto del Parque se utilizan muchos canales comerciales diferentes lo que implica una mayor dificultad de gestión, poca especialización e inmadurez de los proyectos productivos.
- Los canales de comercialización más empleados pueden situarse dentro del marco de las redes alternativas de consumo y de los Canales Cortos de Comercialización.
- La creación de relaciones sociales es incipiente y no sigue ningún modelo concreto de coordinación.