Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
Europa invierte en las zonas rurales

Castilla-La Mancha

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

EVALUACIÓN DE RESULTADOS
PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA
(2014-2022)

MEDIDA 3 - REGÍMENES DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y ALIMENTICIOS

3.1 - apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad

3.2 - apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior

Y

MEDIDA 9 - CREACIÓN DE GRUPOS Y ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES

9.1.1 - fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios

9.1.2 - creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal

DICIEMBRE 2025

Tragsatec
Grupo Tragsa

Contenido

1. Resumen 7
2. Introducción 12
2.1. Objetivos 14
2.2. Estructura del informe 14
3. Contexto 16
3.1.1. Contexto sobre regímenes de calidad y agrupaciones de productores 17
4. Metodología 27
4.1. El diseño de la evaluación 27
4.2. Matriz de evaluación: preguntas de evaluación, criterios de juicio e indicadores. 29
4.3. Técnicas aplicadas 31
4.4. Problemas o limitaciones del enfoque metodológico. 33
5. Descripción del Programa. 34
5.1. Lógica de la intervención 34
5.2. Programa de Desarrollo Rural: medida 3 - Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios (art. 16) 40
5.1.1. Submedida 3.1 - apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad 42
5.1.2. Submedida 3.2 - apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior 44
5.3. Programa de Desarrollo Rural: medida 9 - Creación de grupos y organizaciones de productores en los sectores agrícola y forestal (art. 27) 47
5.2.1. Operación 9.1.1 - Fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios 48
5.2.2. Operación 9.1.2 - Creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal 51
5.4. Criterios de selección de las operaciones 54
6. Ejecución 59
6.1. Detalles por actuación 61
Submedida 3.1 61
Submedida 3.2 63
Operación 9.1.1 64
Operación 9.1.2 67

7. Respuestas a la pregunta de evaluación 71

7.1. PCE n.º 1: ¿En qué medida las intervenciones del PDR han contribuido a mejorar la competitividad de los productores primarios subvencionados, integrándolos más en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadiendo valor a los productos agrícolas, promocionando los mercados locales y los circuitos de distribución cortos, las agrupaciones de productores y las organizaciones interprofesionales? 71

7.1.1. Introducción. Información general. 71

7.1.2. Resultados 72

7.1.2.1. La aplicación de regímenes de calidad por parte de los productores primarios ha aumentado (M3) 72

7.1.2.2. La competitividad de los productores primarios apoyados ha mejorado. El valor añadido de los productos agrícolas ha aumentado. La participación de los productores primarios en el precio de los productos agrícolas ha aumentado 88

Competitividad. Acceso al mercado 88

El valor añadido de los productos agrícolas 94

Participación de los productores primarios en el precio de los productos agrícolas 106

Percepción de los actores implicados sobre los resultados en materia de competitividad, valor añadido y participación en el precio de los productos 110

7.1.2.3. La competitividad de la industria regional ha mejorado (M9) 115

8. Conclusiones y recomendaciones 131

9. Acrónimos 139

10. Prioridades de desarrollo rural de la Unión (recogidas en el artículo 5 del Reglamento (UE) 1305/2013) 139

11. Referencias legislativas 141

12. Anexo I: indicadores comunes de contexto, análisis detallado 142

12.1. Contexto socioeconómico 142

12.1.1. Contexto sectorial 158

13. Anexo II: cuestionarios de las encuestas realizadas 167

13.1. Submedida 3.1 167

13.2. Submedida 3.2 178

13.3. Operación 9.1.1 186

Índice de Tablas

Tabla 1. Indicadores generales del sector primario 16

Tabla 2. Regímenes de calidad en el sector agroalimentario y vitivinícola en Castilla-La Mancha 17

Tabla 3. Cifras de producción certificada bajo figuras de calidad diferenciada 20

Tabla 4. Cifras de producción certificada vitivinícolas bajo figuras de calidad diferenciada 20

Tabla 5. Análisis DAFO de los productos con calidad diferenciada. 21

Tabla 6. Evolución del número de productores y de la superficie ecológica en Castilla-La Mancha y España..... 25

Tabla 7. Evolución de la producción agrícola ecológica (por tipo de cultivo) 26

Tabla 8. Evolución de la ganadería ecológica en Castilla-La Mancha 26

Tabla 9. Evolución de la industria ecológica en Castilla-La Mancha 27

Tabla 10. Matriz de evaluación 29

Tabla 11. Esquema de lógica de intervención de la prioridad 3, ámbito de interés 3A, en el que se enmarcan las medidas evaluadas 36

Tabla 12. Costes subvencionables de la submedida 3.2 45

Tabla 13. Criterios de selección de las operaciones 54

Tabla 14. Detalle de la ejecución por medidas del Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha periodo programación 2014-2022 60

Tabla 15. Ejecución acumulada durante el periodo, por tipo de producto. Submedida 3.1 62

Tabla 16. Distribución de las explotaciones en función del titular. Submedida 3.1 62

Tabla 17. Ejecución del periodo 2016-2024 por tipo de producto. Submedida 3.2 64

Tabla 18. Listado de agrupaciones de productores creadas con la medida 9 del PDR 65

Tabla 19. Nº de nuevas explotaciones por figura de calidad en los que ha impulsado la participación la submedida 3.1. 74

Tabla 20. Ejemplos de impacto en número de productores en figuras de calidad 75

Tabla 21. Detalle de los sectores donde ha incidido la submedida 3.2 para la promoción de la calidad diferenciada. 89

Tabla 22. Detalle de las entidades que han llevado a cabo actividades de promoción e información la submedida 3.2 para la promoción de la calidad diferenciada. 90

Tabla 23. Ejemplos de impacto en competitividad 90

Tabla 24. Evolución del valor económico total de la producción (M€) en figuras de calidad diferenciada 96

Tabla 25. Evolución del valor sobre el total (%) de las exportaciones en figuras de calidad diferenciada 97

Tabla 26. Volumen apoyado para la comercialización conjunta a través de agrupaciones y características de la calidad diferenciada apoyadas. medida 9 100

Tabla 27. Precio medio de los productos en figuras de calidad diferenciada (€/kg; €/hl en vino) 107

Tabla 28. Nº de entidades por sectores y peso en el total regional de la industria agroalimentaria regional 116

Tabla 29. Población detallada de Castilla-La Mancha. Anualidad 2024. Clasificación según el criterio de ruralidad de la OCDE. 142

Tabla 30. Evolución de la población residente por provincias 143

Tabla 31. Tipología de municipios de Castilla-La Mancha según el número de habitantes. 145

Tabla 32. Densidad de población en Castilla-La Mancha 145

Tabla 33. Edad media de la población en los municipios de Castilla-La Mancha según la clasificación territorial de la Ley 2/2021, sobre Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural 148

Tabla 34. Zonificación (municipios-núcleos y población) según riesgo de despoblación. Cifras de población 2024. 148

Tabla 35. Indicadores comunes de contexto sobre el desarrollo económico regional. 150

Tabla 36. Indicadores relacionados con la tasa de empleo de la población entre 15 y 64 años. Castilla-La Mancha. Miles de personas 150

Tabla 37. Tasa de desempleo en edad de trabajar (15-64 años) según grado de despoblación y la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha. 153

Tabla 38. Autónomos por sexo, edad y sector actividad en Castilla-La Mancha. Peso por sectores. 155

Tabla 39. VAB por sectores y porcentaje de participación. Miles de euros. ICC 10. 156

Tabla 40. Estructura de la economía (Valor Añadido Bruto por tipo de región 2022). ICC 10. 157

Tabla 41. Peso relativo de la agricultura, ganadería y selvicultura sobre el VAB de Castilla-La Mancha (%) 157

Tabla 42. Peso relativo de la industria manufacturera sobre el VAB de Castilla-La Mancha (%) 158

Tabla 43. Evolución de la superficie agraria útil por tipología (2013-2024) 158

Tabla 44. Evolución de la superficie útil agraria por principales cultivos (2013-2023) 159

Tabla 45. Evolución de la superficie útil agraria por principales cultivos agrícolas englobados en figuras de calidad diferenciada (2013-2024) 160

Tabla 46. Indicadores generales del sector primario 160

Tabla 47. Titulares personas físicas de las explotaciones de Castilla-La Mancha, según sexo y edad. 161

Tabla 48. Explotaciones y cabezas de ganado (por tipo) 162

Tabla 49. Datos de explotación del mercado apícola en Castilla-La Mancha 163

Tabla 50. Evolución de la cabaña ganadera en Castilla-La Mancha 163

Tabla 51. Número de empresas de la industria agroalimentaria. Castilla-La Mancha 164

Tabla 52. Datos de la estructura económica de la industria alimentaria. Castilla-La Mancha 166

Tabla 53. Datos de la estructura económica de la industria forestal. Castilla-La Mancha 167

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Esquema sobre la complementariedad y sinergia de la medida 3 37

Ilustración 2. Teoría del cambio. Detalle de la cadena de resultados que contribuye a ampliar la lógica de la intervención del Programa de Desarrollo Rural 38

Ilustración 3. Localización de los socios de las agrupaciones de productores creadas con la operación 9.1.1 por tipo de actividad 118

Ilustración 4. Evolución de la población (en %) de Castilla-La Mancha en el periodo 2013-2024 143

Ilustración 5. Evolución de la población de Castilla-La Mancha en el periodo 2018-2024 144

Ilustración 6. Densidad de población (hab/km^2) en Castilla-La Mancha. Año 2024 146

Ilustración 7. Evolución de la edad media de la población en Castilla-La Mancha (2013-2024)..... 147

Ilustración 8. Mapa de despoblación de Castilla-La Mancha (2021) según la Ley 2/2021, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha. 149

Ilustración 9. Evolución del desempleo en Castilla-La Mancha durante el periodo 2013-2024 152

Ilustración 10. Evolución del paro agrícola en Castilla-La Mancha (Periodo 2013-2025) 154

Ilustración 11. N.º de establecimientos agroalimentarios en Castilla-La Mancha 165

1. Resumen

A través de las medidas 3 y 9 del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Castilla-La Mancha se ha contribuido a mejorar la competitividad de los productores primarios a través de su integración en la cadena agroalimentaria, el incremento del valor añadido de sus productos y el fortalecimiento de su capacidad de negociación en el mercado, mejorando la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales, como estaba previsto en la subprioridad 3A.

La medida 3 apoya la nueva participación y mantenimiento en figuras de calidad (submedida 3.1) y las actuaciones de información y promoción en el mercado interior (submedida 3.2), mientras que la medida 9 promueve la organización económica de la oferta a través de agrupaciones de productores (operación 9.1.1) y, en su diseño original, también en el sector forestal (operación 9.1.2).

La submedida 3.1, ha contribuido a la nueva participación de productores en regímenes de calidad de **3.557 explotaciones superando la meta prevista,** con un gasto público total de **1.695.858,11€**, impulsando fundamentalmente la **producción ecológica, con el 99,39% de las operaciones, actuando complementariamente a la medida 11, de agricultura ecológica.** También se han apoyado algunos expedientes asociados a las DOP vitivinícolas (Jumilla, La Mancha, Manchuela, Pago Guijoso, Pago Los Cerrillos), de aceite (Aceite Campo de Calatrava, Aceite de la Alcarria, Aceite Montes de Toledo), IGP Cordero Manchego, Raza Autóctona, Vinos de la Tierra de Castilla, DOP queso manchego, DOP Calasparra, DOP Miel de la Alcarria, DOP Ajo Morado de las Pedroñeras y DOP Azafrán de la Mancha.

Con esta ayuda se ha apoyado **la carga que suponen los costes fijos ocasionados por la participación en el régimen de calidad diferenciada,** que incluye gastos de inscripción y la cuota anual de participación en el mismo, así como el coste de los controles necesarios para comprobar el cumplimiento del pliego de condiciones del régimen de calidad.

La **principal motivación** para producir bajo un régimen de calidad diferenciada reside en el **mayor precio de venta de la producción** y en menores proporciones, otros aspectos como la conciencia ambiental y de salud teniendo en cuenta que la mayor parte de las personas se ha acogido a agricultura ecológica. La formación se encuentra detrás de la motivación del 14,2% de las respuestas recogidas.

Las **causas de abandono** del régimen de calidad (con carácter predominante ecológico) residen en la falta de ayudas, de rentabilidad y problemas de comercialización.

Entre **las barreras para acceder a la ayuda para participar en nuevos regímenes de calidad diferenciada, incluyendo la agricultura ecológica** se encuentran la complejidad normativa y la incertidumbre de su incumplimiento, la falta de formación de los asesores, el coste de la formación, asesoramiento y certificación para cumplir los compromisos y la falta de cobertura de internet de algunos territorios.

Entre los **resultados de las ayudas** se encuentran la de generar un mayor valor añadido de las producciones, considerado como un mayor valor de venta del producto y mejores ingresos, un impacto positivo en el suelo, la capacidad de diferenciación del producto y el acceso a nuevos mercados, mayor reconocimiento del producto, desempeño del trabajo en un terreno sano, tranquilidad de una alimentación segura, e invertir en un terreno en condiciones adecuadas para las generaciones futuras. También se resalta el impacto que se produce en el territorio, al incidir en la paliación del abandono de la actividad agraria y de la despoblación rural.

La **submedida 3.2 (**enfocada a actividades de **información y promoción)** ha tenido una **ejecución de 8.667.560,12€, se ha** centrado en productos clave o emblemáticos como **vino, aceite, queso, ajo y azafrán**. Se ha apoyado a **19 asociaciones y organizaciones de productores** de los regímenes de calidad existentes en Castilla-La Mancha, que han llevado a cabo **494 acciones de promoción e información**, con campañas conjuntas y la asistencia a ferias especializadas, promoviendo la mejora y consolidación de **la imagen e impulsando el reconocimiento de los productos regionales**.

Las **acciones de promoción apoyadas con la submedida 3.2 han generado, en opinión de las entidades que las han llevado a cabo**:

- Un **mayor conocimiento** del producto (a excepción del queso).
- La **mejora de la imagen** (a excepción del queso).
- Aumento de **interés** o del nivel de ventas en **nuevos consumidores** en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Incremento del nivel de ventas en **consumidores que ya conocían el producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Mayor conocimiento sobre los **métodos de producción del producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Mayor conocimiento sobre el **respeto por el medio ambiente vinculado al producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Mejora de la **calidad de vida o salud de los consumidores**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Empleo y dinamización territorial.

Las principales barreras para la promoción a través de la ayuda son la falta de recursos económicos, la normativa compleja y la carga administrativa.

Entre los **retos señalados para la calidad diferenciada** se encuentran las necesidades de:

- **Ayudas** para la agricultura ecológica, que compense el lucro cesante. Simplificación administrativa.
- **Concienciar a las personas consumidoras**. Promoción que ponga de manifiesto la alta calidad de estos productos y cómo puede participar el consumidor en los valores que generan a través la compra y en el desarrollo/conservación del medio ambiente a través de su consumo.
- **Apoyo institucional** a los productores y a los productos de calidad diferenciada.

- **Promoción** y **nuevas formas de comercialización**.

Con la **operación 9.1.1** se ha impulsado la formación de **15 agrupaciones de productores** para la comercialización conjunta, en los sectores del vino, aceite, azafrán, pistacho y setas y hongos, con un gasto público total de 4.048.292,01€, el 86,87% de la meta. Estas agrupaciones han integrado **50 entidades cuyos socios suman 17.364 explotaciones y un volumen comercializado de 336.373.448,59€.** Con esta ayuda se incide en la disminución de **la atomización y la profesionalización de la comercialización** y el acortamiento de los canales de comercialización, etc. En opinión de las entidades beneficiarias, las agrupaciones de productores permiten que el valor añadido generado en la cadena se quede en el territorio.

La operación 9.1.2 para el impulso de agrupaciones forestales no ha tenido éxito. Entre las causas se encuentran la ausencia de organizaciones de productores forestales consolidadas tradicionalmente, los elevados condicionante de la ayuda para crear desde cero estructuras complejas en un sector forestal muy atomizado, la complejidad administrativa de la ayuda y la falta de estímulo económico de la misma, entre otros.

La operación 9.1.1 ha contribuido, además de a la comercialización conjunta por parte de los productores, a:

- Crear **equipos comerciales profesionales** dedicados a aspectos técnicos, comerciales y administrativos que han permitido la profesionalización de aspectos que antes desempeñaban los socios y proporcionar servicios integrales de comercialización.
- **Concentrar la oferta** de productos estratégicos en CLM (azafrán, vino, aceite, pistacho, setas y hongos).
- Mejorar la **capacidad de negociación** frente a intermediarios y grandes compradores, generar posiciones más sólidas en el mercado y mejorar la credibilidad ante clientes.
- **Diversificar mercados**, especialmente en exportación y reforzar la competitividad de la industria al actuar las agrupaciones como proveedores organizados y profesionalizados.
- Introducir dinámicas de **planificación y comercialización conjunta**, mejora de calidad, desarrollo de marcas conjuntas, realizar estudios y análisis del mercado, actuaciones de promoción, marketing y publicidad, etc.
- Generación de **impacto en el territorio y en el sector agrario** al reducir el abandono de la actividad agraria y atraer población cuando se empieza a generar valor añadido, revalorizar las producciones, generar sectores más estructurados, empleo, paliación del abandono de la actividad agraria, etc.
- Impulsar innovación e **inversiones en I+D**, que contribuyan a la profesionalización del sector.

Aunque de la ayuda ha resultado clave para la **integración real de explotaciones** en canales de valor más estructurados, en algunos casos, de sectores más pequeños, un apoyo tras la creación podría contribuir a su consolidación.

Se han detectado factores limitantes para el impulso de las agrupaciones, de **naturaleza cultural, organizativa y normativa,** entre los que se encuentran:

- **Pérdida de identidad personal de los socios que se agrupan y rechazo a marcas conjuntas** en sectores como el vino y el aceite, ya que hay cooperativas que perciben sus marcas históricas como elementos de su identidad local y se muestran reacias a perderlas frente a nuevas marcas colectivas, lo que limita la integración comercial en las condiciones en las que está diseñada la ayuda.
- **Falta de cultura asociativa o cooperativa y desconfianza histórica**, con reticencias a ceder autonomía y a participar en proyectos conjuntos a largo plazo. La creación de una agrupación de productores exige romper barreras culturales que limitan la cooperación y abordar un ejercicio inicial de generosidad (renunciando a identidad individual y procesos individualizados) aunque posteriormente se superan y se compensan por los resultados obtenidos.
- **Comunicación interna insuficiente:** La falta de comunicación y difusión de los detalles de la agrupación a los socios integrantes de las cooperativas de base debilita la implicación.
- **Restricciones normativas y de diseño**: limitación del porcentaje de ventas por los socios de la agrupación individualmente, dificultades para compatibilizar venta directa y en tienda con la agrupación de productores, limitaciones para incorporar nuevos socios durante la vigencia de las ayudas, intensidades de ayuda vinculadas a la facturación que penalizan sectores pequeños, etc.
- **Aspectos financieros,** que dificultan el acceso al crédito de nuevas entidades y generan una situación de debilidad financiera de las agrupaciones beneficiarias de sectores pequeños que comienzan con poco músculo financiero.

Los **retos de las agrupaciones**, además de tener puntos en común basados en las anteriores limitaciones, añaden otros aspectos propios de cada sector y su desarrollo. En este caso se citan con carácter general:

- Aspectos relacionados con el diseño y la aplicación de la medida, como
    - La simplificación administrativa,
    - Agilización de los trámites de pagos,
    - Incremento de la intensidad de ayuda,
    - Aplicación de instrumentos que faciliten la financiación de los planes de comercialización,
    - Adaptación de la medida a sectores pequeños o de baja facturación,

- Revisión de condiciones para no impedir el incremento de nuevos socios durante el periodo de compromisos,
- Adaptación de las condiciones sobre la venta en tienda o directamente por los socios, etc.

- Aspectos estratégicos entre los que se citan:
  - Apoyo institucional por parte de la Administración la calidad diferenciada y la agricultura ecológica, con acciones marco que puedan servir de apoyo a la promoción individual de otras entidades del sector, de forma que se dé a conocer el valor añadido de estas producciones en la región para concienciar al consumidor, tal y como han propuesto las entidades y personas beneficiarias de las ayudas, reclamando un papel más activo de la Administración.
  - Refuerzo de la formación y asesoramiento y análisis de mejoras para incrementar su eficacia y eficiencia.
  - Impulso del cooperativismo y los modelos asociativos, como por ejemplo a través de jornadas en las que se compartan experiencias, visitas a modelos cooperativos que hayan tenido éxito, etc., además de que se articulen ayudas que apoyen con las inversiones iniciales.
  - Aplicación de medidas estratégicas para la industria, que faciliten la implantación de la industria de transformación y de los servicios avanzados (comercialización, marketing, innovación) en el territorio.
  - Impulso de la conexión del sector investigador con el sector productor, de forma que aquellos sectores en los que se está demandando I+D, puedan acceder al conocimiento generado, se incentive la cooperación para producir un mayor conocimiento innovador y la divulgación de resultados tenga un mayor alcance.
  - Establecimiento de procesos de diálogo entre Administraciones que permitan atender las necesidades de mano de obra extranjera y la agilización de trámites, de forma que las campañas agrarias estén atendidas y no se pierda eficiencia en los impulsos de la comercialización de las agrupaciones de productores, y con ello de las ayudas.

En conclusión, a través del proceso de evaluación se han detectado los logros del Programa de Desarrollo Rural en el impulso de la calidad diferenciada y la mejora del valor añadido de las producciones regionales a través de las medidas 3 y 9 y la promueven, así como los resultados impulsados a través de las agrupaciones de productores para la comercialización conjunta apoyadas con la medida 9, además de detectar limitaciones y retos que pueden contribuir a la toma de decisiones para la aplicación de las intervenciones en la PAC 2023-2027 y a un mayor resultado de las ayudas regionales.

2. Introducción

La presente evaluación se enmarca en las actividades de seguimiento y evaluación del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Castilla-La Mancha 2014-2022, desarrolladas por la Autoridad de Gestión con el apoyo de un equipo técnico permanente de la Autoridad de Gestión. Estas actividades responden a lo establecido en el Plan de Evaluación del Programa, conforme el capítulo 9 del mismo, y cumplen con las obligaciones previstas en el artículo 68 del Reglamento (UE) 1305/2013, que establecen como fines principales:

- Mostrar los avances y logros de la política de desarrollo rural y estudiar la repercusión, la eficacia, la eficiencia y la pertinencia de las intervenciones de la mencionada política de desarrollo rural.
- Ayudar a enfocar con mayor precisión las ayudas en el ámbito del desarrollo rural.
- Fomentar un proceso de aprendizaje común en materia de seguimiento y evaluación.

Este Plan cuenta, entre sus objetivos específicos, con el fin de habilitar las herramientas que faciliten la evaluación del proceso de implementación del Programa, así como su aporte a los retos marcados por la Estrategia, en un ámbito de participación con los actores implicados en el mismo. Estas herramientas pueden generar información de utilidad en la toma de decisiones y rendición de cuentas a la sociedad.

Entre estas herramientas se encuentran las evaluaciones temáticas, como la que aquí se presenta, concebidas para profundizar en áreas de especial relevancia y con necesidades específicas de análisis, cuyos resultados contribuyen al proceso de mejora continua del Programa y al diseño de futuros periodos de programación.

Las medidas objeto de esta evaluación son la medida 3: Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios y la medida 9: Creación de agrupaciones y organizaciones de productores, que constituyen dos pilares estratégicos de la prioridad 3 del Programa de Desarrollo Rural (PDR) orientada a mejorar la competitividad de los productores primarios a través de su integración en la cadena agroalimentaria, el incremento del valor añadido de sus productos y el fortalecimiento de su capacidad de negociación en el mercado y dentro de ella a la subprioridad de desarrollo rural 3A, que considera mejorar la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales.

Estas dos medidas, aunque tienen continuidad en el Plan Estratégico de la PAC para el periodo 2023-2027 ha sido objeto de cambios producidos por la nueva normativa aplicable a este periodo que han conducido a un diseño que responde a las condiciones de cooperación establecidas en la nueva normativa.

El contexto de esta evaluación viene determinado por varios factores:

- Importancia económica y territorial de la calidad diferenciada en Castilla-La Mancha, región con una notable presencia de figuras de calidad reconocidas (Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas, producción ecológica).

- Necesidad de reforzar la cooperación productiva como respuesta a la atomización del sector agroalimentario.

- Bajo grado de ejecución observado en determinadas operaciones, en particular en la operación 9.1.2 (sector forestal), en la que sólo se han recibido dos solicitudes que desistieron durante el proceso de subsanación de incidencias y no registró ejecución efectiva, y en parte también en la 9.1.1.

- Oportunidad de aprendizaje para ajustar el diseño e implementación de estas medidas en el nuevo marco de la PAC 2023-2027 para un mayor impulso de sus resultados.

Está previsto que estas medidas contribuyan a dar respuesta a las siguientes necesidades, detectadas en el análisis del diagnóstico del contexto, que dio lugar a la estrategia del Programa de Desarrollo Rural:

- N06: Integrar mejor a los productores en la cadena agroalimentaria y aumentar la dimensión de las empresas agrarias.

- N07: Modernizar e innovar la industria agroalimentaria.

- N08: Impulsar los productos de calidad diferenciada para incrementar su valor añadido.

La medida 3 responde a la necesidad de incrementar la diferenciación y el posicionamiento en el mercado de las producciones regionales, mientras que la medida 9 busca fortalecer la capacidad de organización y comercialización conjunta de los productores. Ambas se diseñan para actuar de forma complementaria y sinérgica con otras intervenciones del PDR (formación, inversiones tanto en el sector primario como en la agroindustria, cooperación, agricultura ecológica).

Los cambios normativos introducidos, junto con la experiencia acumulada en la implementación 2014-2022, ofrecen la oportunidad de:

- Analizar en profundidad los factores que han favorecido o limitado la eficacia de estas medidas.

- Poner en valor los logros conseguidos y compartirlos con la ciudadanía

- Identificar ajustes necesarios para mejorar su diseño.

- Asegurar que las lecciones aprendidas se incorporan al nuevo marco.

En este contexto, la presente evaluación temática busca no sólo valorar el desempeño pasado, sino también aportar evidencias y propuestas concretas para que las políticas de calidad diferenciada y asociacionismo productivo tengan un impacto más significativo y sostenible en el territorio en los próximos años.

Por lo tanto, llegado el fin del periodo de programación actual procede realizar el proceso de evaluación de logros que dé respuesta a las necesidades de información sobre estas dos medidas.

2.1. Objetivos

Teniendo en cuenta estos antecedentes y la elevada importancia de los regímenes de calidad para Castilla-La Mancha, así como el impulso de las agrupaciones, que disminuyan la atomización del sector agroindustrial, resulta de interés analizar los resultados de las medidas 3 y 9, e indagar en las causas que han favorecido su funcionamiento o en otras que no hayan ayudado a obtener el éxito esperado, al objeto de obtener conocimiento de utilidad en la programación siguiente.

El presente ejercicio de evaluación tiene como objetivo realizar un análisis en profundidad de la ejecución, y los logros de las medidas 3 y 9 del PDR de Castilla-La Mancha 2014-2022 que permita responder a las preguntas de evaluación establecidas en el Sistema Común de Seguimiento y Evaluación relacionadas con las prioridades y ámbitos de interés donde se han programado ambas medidas.

El objetivo principal de la evaluación es valorar la relevancia de estas intervenciones en relación con los objetivos del PDR y de la subprioridad 3A, evaluar la eficacia en términos de grado de ejecución, alcance y resultados obtenidos en cada submedida/operación, medir el impacto sobre la integración de los productores en la cadena de valor, la creación de valor añadido, el acceso a mercados, la cooperación productiva y la sostenibilidad de las agrupaciones apoyadas.

También se pretende identificar y analizar los obstáculos que hayan limitado la efectividad de las medidas, tanto de carácter normativo como, administrativo, técnico o de contexto sectorial, así como extraer conclusiones y formular recomendaciones que permitan, en el futuro, que puedan ser de utilidad en el nuevo marco de programación de la PAC, en el contexto de la mejora de la capacidad de respuesta de la PAC a las necesidades del sector agroalimentario y forestal de Castilla-La Mancha.

2.2. Estructura del informe

Además de los apartados anteriores, con los que se explica el contexto de la evaluación a través de la introducción y los objetivos, en este documento se incluye otra serie de contenidos estructurados para facilitar la comprensión de los hallazgos de la evaluación, además de los propios apartados en los que se exponen los resultados de los trabajos llevados a cabo en las medidas 3 y 9.

En primer lugar, se presenta un resumen del análisis del contexto territorial, sectorial y estratégico que abarca información sobre la situación socioeconómica y productiva de la región, que se recoge con más detalle en un anexo, así como el desarrollo de los regímenes de calidad agroalimentarios y el asociacionismo productivo, y la evolución normativa que ha influido en estas medidas a lo largo del periodo de programación, teniendo en cuenta los datos más recientes de los indicadores comunes de contexto (ICC) del Sistema Común de Seguimiento y Evaluación (SCSE) y otras fuentes estadísticas relevantes, además de los

principales cambios normativos que han influido en estas medidas durante el periodo de programación.

A continuación, se detalla la metodología de evaluación empleada, que incluye el diseño evaluativo, las preguntas de evaluación, los criterios de juicio y los indicadores empleados, así como las técnicas de recolección y análisis de la información (encuestas, análisis documental, entrevistas, etc.), las herramientas empleadas y las limitaciones que se han detectado a lo largo del proceso evaluador.

El siguiente capítulo proporciona una descripción minuciosa de la lógica de intervención de las medidas 3 y 9 en el PDR de Castilla-La Mancha, que abarca las submedidas y operaciones:

- medida 3: submedida 3.1 (participación en regímenes de calidad) y submedida 3.2 (actividades de información y promoción).

- medida 9: operación 9.1.1 (creación de agrupaciones agroalimentarias) y operación 9.1.2 (agrupaciones forestales).

También incluye detalles de la cadena causal que se ha reconstruido para analizar de qué forma las ayudas y los efectos de las mismas llevan a impulsar el objetivo de la prioridad 3 de desarrollo rural.

El capítulo 6 ofrece un resumen de la ejecución física y financiera hasta la fecha de referencia de la evaluación, brindando una visión general sobre cómo se han implementado las medidas y operaciones analizadas. Este apartado es fundamental para contextualizar y entender los resultados obtenidos, ya que incluye los principales indicadores de seguimiento establecidos en el Marco Común de Seguimiento y Evaluación.

El capítulo 7 es el núcleo del informe, donde se lleva a cabo un análisis para responder a las preguntas de evaluación, organizadas según los criterios de juicio establecidos. Este apartado se presenta, la información sobre cómo las medidas 3 y 9 contribuyen al objetivo de la pregunta, teniendo en cuenta el análisis de la información disponible, que integra evidencias tanto cuantitativas como cualitativas.

El informe finaliza con una síntesis que reúne las conclusiones y recomendaciones más relevantes derivadas del proceso evaluador que pueda ser de utilidad en futuros periodos de programación.

Por último, se añaden anexos que facilitan la comprensión del informe, que incluyen:

- Glosario de acrónimos y abreviaturas
- Listado de prioridades de desarrollo rural de la Unión
- Glosario de referencias legislativas

3. Contexto

Como se puede ver con detalle en el Anexo I, Castilla-La Mancha es una región con una evolución de la población positiva a nivel regional, aunque una elevada proporción de municipios pierden población, al estar concentrado este crecimiento en zonas próximas al entorno de Madrid, fundamentalmente. Los municipios más frecuentes son aquellos de menos de 1000 habitantes, que representan el 69,21% del total, en los cuales reside un 7,54% de la población.

También se detecta que el empleo ha crecido un 25,3% desde el comienzo del Programa, en 2013, situándose en 885.500 personas empleadas.

El VAB de la agricultura supone un 8,17% en el total regional, y ha descendido su peso desde el origen del periodo, desde un 8,88%, al aumentar entre otros, el de la industria.

La superficie agraria útil regional ha aumentado en un 5,4% desde el origen del periodo, disminuyendo aquella relativa a tierras arables, en un 13,4%, en favor de los cultivos permanentes, que han aumentado en un 17,8% y los pastos, que se han duplicado.

En cuanto a los cultivos y/o grupos de cultivos de la región destaca el incremento, desde el inicio del periodo, de las superficies destinadas a frutas (236,61%), olivar (3,97%) y hortalizas (8,11%), frente a una reducción en las superficies destinadas al cultivo de la patata (-45,11%), barbechos (-31,14%), cultivos industriales (-9,09%), cereal (-11,36%) y uva (-5,10%).

Entre 2013 y 2023, se ha registrado una disminución en el total de titulares de explotaciones agrarias en Castilla-La Mancha, que ha pasado de 113.906 a 99.300 (-12,8%). Se destaca el incremento de los titulares menores de 25 años (+553,9%) y de aquellos de 25 a 34 años (+62,4%), aunque en términos absolutos, estos grupos siguen siendo reducidos (3.827 personas, el 3,85% del total de explotaciones). Por otro lado, se observa una disminución en los grupos de 35 a 44 años (-6,8%), de 45 a 54 años (-19,2%), de 55 a 64 años (-4,5%) y, especialmente, en los mayores de 65 años (-15,6%), que, aunque siguen constituyéndose como el rango de edad más numeroso, su peso relativo respecto al total ha disminuido del 46,6% en 2013 al 45,20% en 2023. Se observa un aumento del tamaño medio de las explotaciones, que resulta en 47,92ha.

Tabla 1. Indicadores generales del sector primario

	Censo Agrario 2009	EEA 2013	EEA 2016	Censo Agrario 2020	EEA 2023
Superficie Agraria Útil (ha)	4.091.443	4.045.815	4.037.368	4.244.352	4.757.898
Número de explotaciones	120.575	118.070	117.180	112.890	99.284
N.º jefes explotaciones jóvenes	15.156	8.651	10.494	13.511*	11.765

Fuente: Censo Agrario y Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas. *Nota: existe un cambio de metodología en el censo 2020 para contabilizar las explotaciones en función de la edad, ya que se considera la edad del titular de todas las explotaciones, personas físicas y jurídicas y en años anteriores solo se calculaba para las personas físicas. Los datos, por tanto, no son comparables entre años

En el ámbito ganadero, las explotaciones siguen una tendencia descendente, disminuyendo un 27,88% en el periodo entre 2013-2023, aunque las cabezas ganaderas han aumentado un 17,57% en la región.

Existe un predominio ovino en cuanto a las explotaciones ganaderas, que muestra una clara tendencia hacia la reducción del número de explotaciones (de 5.434 en 2009 a 3.805 en 2023) y un incremento en el número de cabezas por explotación, aunque con una disminución en el número total regional respecto a 2013 (de 2.595.868 a 2.066.858).

El sector apícola en 2013 Castilla-La Mancha contaba con 153.111 colmenas dedicadas a la miel y alcanzó las 212.051 en 2024, lo que representa un incremento del 38,49% respecto al inicio del periodo del PDR.

En el ámbito industrial, el mayor volumen de negocio agroalimentario regional recae sobre la industria cárnica (29,26%), los productos lácteos (17,76%) y el vino (13,83%).

3.1.1. Contexto sobre regímenes de calidad y agrupaciones de productores

Castilla-La Mancha cuenta con un importante conjunto de figuras de calidad diferenciada, Denominaciones de Origen (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), en su sector agroalimentario y vitivinícola, destinadas a la promoción y defensa de la riqueza de una variedad de productos de la región.

Este tipo de regímenes de calidad se crearon para proteger los derechos de propiedad intelectual, asegurar una remuneración justa a los productores y la generación de valor añadido en la producción de una determinada zona geográfica.

La región cuenta con un total de 41 figuras de calidad reconocidas (DOP e IGP), de las cuales 16 corresponden al sector agroalimentario y 25 pertenecientes al sector vitivinícola, cuya distribución territorial se recoge en la siguiente tabla:

Tabla 2. Regímenes de calidad en el sector agroalimentario y vitivinícola en Castilla-La Mancha

Tipología	D.O.P e I.G. P	Distribución territorial
Aceite	DOP Aceite Campo de Montiel	Ciudad Real
	DOP Aceite de Campo de Calatrava	Ciudad Real
	DOP Aceite de la Alcarria	Guadalajara / Cuenca
	DOP Montes de Toledo	Toledo
Carnes Frescas	IGP Cordero Manchego	Albacete / Ciudad Real / Cuenca / Toledo
Especias	DOP Azafrán de la Mancha	Albacete / Ciudad Real / Cuenca / Toledo
Hortalizas	IGP Cebolla de la Mancha	Albacete / Ciudad Real / Cuenca / Toledo
	IGP Berenjena de Almagro	Ciudad Real
	IGP Ajo Morado de las Pedroñeras	Albacete / Ciudad Real / Cuenca / Toledo
	IGP Espárrago Verde de Guadalajara	Guadalajara
Frutas y Frutos secos	IGP Melón de la Mancha	Ciudad Real
	DOP Nueces de Nerpio	Supraautonómica (Albacete y Murcia)
Miel	DOP Miel de la Alcarria	Cuenca / Guadalajara

Tipología	D.O.P e I.G. P	Distribución territorial
Panadería / Repostería	IGP Mazapán de Toledo	Toledo
	IGP Pan de Cruz de Ciudad Real	Ciudad Real
Quesos	DOP Queso Manchego	Albacete/ Cuenca / Toledo
Vinos	DOP Almansa	Albacete
	DOP Campo de Calatrava	Ciudad Real
	DOP La Mancha	Albacete / Ciudad Real / Cuenca / Toledo
	DOP Manchuela	Cuenca/ Albacete
	DOP Méntrida	Toledo
	DOP Mondéjar	Guadalajara
	DOP Ribera del Júcar	Cuenca
	DOP Uclés	Cuenca / Toledo
	DOP Valdepeñas	Ciudad Real
	DOP Los Cerrillos	Ciudad Real
	DOP Calzadilla	Cuenca
	DOP Campo de la Guardia	Toledo
	DOP Casa del Blanco	Ciudad Real
	DOP Dehesa del Carrizal	Ciudad Real
	DOP Dominio de Valdepusa	Toledo
	DOP El Vicario	Ciudad Real
	DOP Finca Élez	Albacete
	DOP Guijoso	Albacete
	DOP La Jaraba	Cuenca
	DOP Pago Florentino	Ciudad Real
	DOP Río Negro	Guadalajara
	DOP Rosalejo	Ciudad Real / Toledo
	DOP Vallegarcía	Ciudad Real
	IGP Castilla	Castilla-La Mancha
	DOP Jumilla	Supraautonómica (Albacete y Murcia)

Fuente: datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) e Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) de Productos Agroalimentarios. Años 2013 a 2025. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Cabe señalar otras figuras de calidad diferenciada como las marcas colectivas que, en Castilla-La Mancha, engloban a los siguientes productos: aceite Campo de Hellín, aceite Sierra de Alcaraz, aceite Valle de Alcudia, cordero de la Alcarria y CUEVA (vinos espumosos de calidad de Villanueva de Alcardete).

Además, existen una serie de figuras de calidad de ámbito territorial supraautonómico que afectan a parte del territorio de Castilla-La Mancha como el sello de agricultura ecológica, la DOP arroz de Calasparra, la DOP Guijuelo, la IGP Carne de Ávila, la IGP cordero segureño y la ETG jamón serrano.

En cuanto al grado de consolidación de estas figuras de calidad diferenciada el vino, el queso y el aceite concentran la mayor parte de las figuras de calidad activas, con el queso manchego como el producto agroalimentario más exportado junto al vino, principalmente a Estados Unidos.

Según la información proporcionada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación (MAPA), en 2023 se comercializaron, bajo la protección de la DOP Queso manchego, 15.285 toneladas, de las cuales el 68,30% se destinaron al mercado internacional. A nivel económico, con una producción comercializada valorada en 244,56 millones de euros, con lo que concentra el 59,21% valor económico de todo el queso producido en España bajo figuras de calidad diferenciada.

La IGP cordero manchego certificó en 2023 una producción de 269,89 toneladas destinadas a consumo nacional, con un valor económico de 2,75M€, el 7,55% del valor económico total de la carne de cordero bajo figuras de protección.

Respecto a la DOP Miel de la Alcarria, con una producción protegida de 41.941 kg y un valor comercializado de 0,48 millones de euros, representaba el 12,84% del valor económico sobre el total de la miel bajo figuras de protección en España.

En cuanto a la producción oleica bajo figuras de producción, el aceite del Campo de Calatrava, destaca por una certificación como DOP reducida respecto a la producción, con una certificación de únicamente 115 toneladas respecto a las 3.120 elaboradas en conformidad con el pliego de condiciones y un valor de 1,12 millones de euros. En el caso del Aceite Campo de Montiel la producción certificada asciende a 2.567,22 toneladas, de un total de 3.330,52 y un valor de 6,20 millones de euros. Ambas figuras tienen una comercialización principalmente en el mercado nacional, con unas cifras de exportación del 32,11% y 33,12% respectivamente.

La DOP Azafrán de la Mancha comercializó 398,86kg en 2023, destinados en un 61,39% al mercado exterior y con un valor económico total de 2,39 millones de euros. En el caso del Melón de la Mancha, la producción certificada, 1.376,85 toneladas, ha ido al mercado exterior.

Respecto a las hortalizas en fresco, el Ajo Morado de las Pedroñeras, comercializó en 2023 un total de 2.693,74 toneladas certificadas, con un valor económico de 10,99 millones de euros y, en el caso de la Cebolla de la Mancha, la producción certificada comercializada ascendió a 20.767,73 toneladas y a 15,86 millones de euros. En el caso de la Berenjena de Almagro, de comercialización nacional, se produjo 1.345 toneladas, con un valor de 7,40 millones de euros.

Finalmente, los productos de panadería, pastelería y repostería bajo figuras de calidad diferenciada, IGP Pan de Cruz de Ciudad Real y IGP Mazapán de Toledo, comercializaron 54,70 y 72,18 toneladas respectivamente.

Entre 2018 y 2023, con los regímenes de calidad apoyados por la línea de ayudas en pleno funcionamiento la producción comercializada de la mayoría de productos de calidad de Castilla-La Mancha se ha mantenido estable o ha crecido, mientras que otros han reducido volúmenes, como la Berenjena de Almagro, Cordero Manchego. Señalar que las exportaciones han aumentado en productos clave como el Queso Manchego, Ajo Morado y aceites, reforzando su presencia internacional, aunque el valor económico sigue fuertemente concentrado en el Queso Manchego, con aportaciones secundarias del vino y otros productos, como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 3. Cifras de producción certificada bajo figuras de calidad diferenciada

Producto	Producción comercializada 2018 (toneladas)	Producción comercializada 2023 (toneladas)	Producción exportada 2018 (toneladas)	Producción exportada 2023 (toneladas)	% del valor total 2018	% del valor total 2023
Aceite Campo de Montiel (DOP)	595,0 t	785,0 t	180,0 t (30,3%)	260,0 t (33,1%)	1,0%	2,2%
Aceite Campo de Calatrava (DOP)	154,2 t	115,0 t	0 t (0%)	36,9 t (32,1%)	0,3%	0,7%
Aceite de La Alcarria (DOP)	33,6 t	183,9 t	0 t (0%)	1,0 t (0,5%)	0,1%	0,9%
Montes de Toledo (DOP, aceite)	872,0 t	605,0 t	552,0 t (63,3%)	330,0 t (54,5%)	2,7%	4,3%
Azafrán de La Mancha (DOP)	0,472 t *(472 kg)*	0,399 t *(399 kg)*	0,261 t (55,3%)	0,245 t (61,4%)	1,1%	0,8%
Ajo Morado de Las Pedroñeras (IGP)	1.473,1 t	2.693,7 t	322,8 t (21,9%)	820,3 t (30,5%)	2,4%	3,8%
Berenjena de Almagro (IGP)	1.723,0 t	1.345,0 t	0 t (0%)	0 t (0%	4,6%	2,6%
Cordero Manchego (IGP)	379,9 t	269,9 t	0 t (0%)	0 t (0%)	1,2%	0,9%
Melón de La Mancha (IGP)	20,5 t	126,8 t	0 t (0%)	126,8 t (100%)	0,0%	0,0%
Miel de la Alcarria (DOP)	11,06 t	39,71 t	0 t (0%)	0 t (0%)	0,1%	0,2%
Mazapán de Toledo (IGP)	84,93 t	72,18 t	0 t (0%)	0 t (0%)	0,9%	0,7%
Pan de Cruz de Ciudad Real (IGP)	28,65 t	54,70 t	0 t (0%)	0 t (0%)	0,03%	0,1%
Queso Manchego (DOP)	15.424,8 t	15.285,0 t	9.774,4 t (63,4%)	10.439,9 t (68,3%)	85,6%	85,3%

Nota: El "% del valor total" expresa el porcentaje que representa el valor económico de la figura de calidad respecto al total del valor económico de todas las figuras del mismo tipo de producción a nivel nacional.

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2018 y 2023

En cuanto a la producción vitivinícola Castilla-La Mancha es la principal región exportadora del país, con 1.410,9 millones de litros y 900,45 millones de euros en 2024, en los cuales la producción bajo figuras de calidad aporta cifras muy relevantes.

La siguiente tabla recoge las principales figuras que recogía el registro de la UE durante las campañas 2018-2019 y 2022-2023.

Tabla 4. Cifras de producción certificada vitivinícolas bajo figuras de calidad diferenciada

Producto	Producción comercializada 2018 (hl)	Producción comercializada 2023 (hl)	Producción exportada 2018 (hl)	Producción exportada 2023 (hl)	% del valor total 2018	% del valor total 2023
La Mancha	273.000	241.442	169.000 (62%)	164.364 (68%)	3,1%	3,9%
Valdepeñas	451.000	392.996	81.000 (18%)	66.793 (17%)	3,8%	2,0%
Manchuela	18.144	18.145	8.709 (48%)	9.528 (52%)	0,2%	0,2%
Almansa	52.612	38.109	41.600 (79%)	28.263 (74%)	0,4%	0,5%
Méntrida	12.300	11.857	2.830 (23%)	3.322 (28%)	0,1%	0,1%
Mondéjar	2.148	1.644	67 (3%)	49 (3%)	0,01%	0,01%
Uclés	10.611	8.753	1.523 (14%)	1.350 (15%)	0,1%	0,1%

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2018 y 2023

La participación de agricultores, ganaderos e industrias agroalimentarias en programas de calidad diferenciada cuenta con incentivos públicos, pero también enfrenta costes y trámites que pueden suponer barreras y que se recogen en la Tabla 5. Las líneas de apoyo de la PAC (correspondientes a la medida 3 de calidad diferenciada en el PDR) cubren principalmente gastos de inscripción y certificación: la ayuda regional sufraga el 60% de los gastos de control/certificación, con un límite de 3.000 € anuales por beneficiario durante un máximo de 5 años. Aunque recientemente se ha aumentado la intensidad de ayuda hasta el 70% en algunas convocatorias, aún existe un porcentaje significativo de coste que recae en el operador, lo cual puede representar un freno para pequeñas explotaciones o pymes. Además, la normativa europea limita la ayuda a nuevos participantes en estos regímenes durante los primeros cinco años.

En términos generales, las barreras iniciales para incorporarse y permanecer en un régimen de calidad son:

- Coste de entrada y mantenimiento
- Complejidad administrativa y de control
- Dependencia de mercados locales
- Escasez de organizaciones de productores

Tabla 5. Análisis DAFO de los productos con calidad diferenciada.

Debilidades	Fortalezas
Predomino de pymes de pequeño tamaño Coste de certificación elevados Burocracia (controles y trámites)	Reconocimiento internacional de productos estrella Marca regional paraguas “Campo y Alma” Apoyo institucional continuado al sector
Amenazas	**Oportunidades**
Competencia de productos sin certificado (convencionales) Volatilidad de precios agrícolas Barreras regulatorias internacionales (aranceles, normas sanitarias)	Crecimiento de la demanda de alimentos de calidad Mayor visibilidad internacional de marcas regionales Aumento de exportaciones Incorporación de nuevas IGP Disponibilidad de apoyo financiero específico

Fuente: elaboración propia tras revisión documental.

Asociacionismo en el sector agrario

El informe ejecutivo presentado por Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha en 2024[1] permite caracterizar el estado del asociacionismo y agrupaciones en la región.

Según la información recogida en el mismo, el censo cooperativo está compuesto por 532 cooperativas de primer grado y SAT, así como 22 de segundo grado, lo que representa el 54 % de las entidades de economía social y el 26,2 % de las industrias agroalimentarias en la región. La integración de personas en cooperativas de segundo grado sigue creciendo, fruto

[1] https://agroalimentariasclm.coop/cooperativas-agro-alimentarias-castilla-la-mancha-presenta-el-informe-el-cooperativismo-agroalimentario-de-castilla-la-mancha-informe-ejecutivo-2024/

del proceso de concentración de la oferta, siendo ya 58.616 personas las que están integradas en cooperativas de segundo grado.

La base social cuenta con 158.599 personas socias, lo que equivale al 10,4 % de la población activa regional, enfrentando un notable desafío generacional, ya que el 28 % de los socios supera los 65 años, mientras que sólo un 9 % son jóvenes.

En el ámbito laboral, se generan 6.514 empleos en cooperativas de primer grado y SAT y 245 en segundo grado, destacando una alta estabilidad contractual, con un 70 % de contratos indefinidos.

En el mismo se señala que a pesar de factores agrarios, la inestabilidad meteorológica y el incremento de precios de los insumos, el cooperativismo agroalimentario en la región mantuvo su fortaleza económica durante el año 2023.

La sequía provocó una disminución en la cosecha de cultivos herbáceos, mientras que la inestabilidad meteorológica causó daños en diversas producciones, como frutas, frutos secos uva y aceituna. La situación también afectó a la ganadería, con indemnizaciones récord para productores de ganado vacuno. La sequía afectó significativamente la producción de cultivos herbáceos, como cereales, leguminosas y barbechos. Las plantaciones de almendros y pistachos, aunque continuaron en menor medida que en años anteriores, también se vieron afectadas, detrayendo menos superficie de herbáceos que en campañas previas.

El análisis del informe refleja que el modelo cooperativo conserva un papel estratégico en la economía regional: contribuye con más de 2.672 millones de euros al PIB y representa el 40,2 % del valor de la producción agraria regional (4,1 % de producción nacional). Su influencia en la industria también es considerable, ya que constituye el 34,7 % del valor de la industria manufacturera y el 21,9 % del PIB industrial de Castilla-La Mancha. Este entramado empresarial está presente en 297 municipios (32,3 % del total regional), consolidándose como motor económico del medio rural.

En lo que respecta a la estructura sectorial, el cooperativismo vitivinícola continúa siendo el más predominante (33,9 % del valor total), seguido por la alimentación animal (12,8 %), el aceite de oliva (12 %), las frutas y hortalizas (11,7 %), los cultivos herbáceos (6,4 %), la ganadería (5,4 %), los frutos secos (0,7 %) y los forrajes (0,1 %). Las secciones auxiliares como suministros y servicios representan el 15,4 % y el 0,9 % de la facturación, respectivamente.

La dimensión económica promedio se mantiene por debajo de la media nacional: el valor promedio de la comercialización por cooperativa asciende a 4,2 millones de euros, en comparación con los 10,6 millones de la media estatal. Se observa una alta concentración interna: el 18,2 % de las cooperativas de primer grado acumulan el 73,4 % del valor generado, mientras que en las de segundo grado, el 31,8 % concentran el 81,1 %.

En el ámbito internacional, las cooperativas de Castilla-La Mancha facturan 243,9 millones de euros en exportaciones hacia la UE y 30 millones hacia países no pertenecientes a la UE, lo que confirma una sólida orientación hacia la exportación.

De cara al futuro, el modelo cooperativo enfrenta retos significativos: el necesario relevo generacional (en lo agro, pero también en lo no agro, la tendencia hacia una producción de alimentos cada vez más sostenible, la digitalización y las mejoras técnicas en los procesos, así como a la competencia de terceros países y la saturación de mercados, provocada por la disposición de productos muy *comodities*, en muchas ocasiones con condicionantes a la producción muy inferiores a los que tenemos las cooperativas dentro de la UE..

Como conclusiones al contexto sectorial de la región, Castilla-La Mancha cuenta con un sector agroalimentario relevante a nivel nacional, con un elevado protagonismo de la industria relacionada con el vino, la elaboración de carnes y derivados y productos de panadería, con una concentración de la oferta elevada en estas actividades y reducido en cuanto a la industria hortofrutícola y de ganadería extensiva. Se ha constatado una alta presencia de pymes y microempresas, que evidencian una estructura productiva muy atomizada con el predominio de explotaciones de tipo familiar

Respecto al asociacionismo y cooperación su presencia es elevada, con un vasto tejido cooperativo oleícola y vitivinícola consolidado en el tiempo que permiten, en cierto modo, la canalización y potenciación de la producción a través de figuras de calidad a modo de motores de promoción exterior.

La medida 9, para impulsar la creación de grupos y organizaciones de productores, se apoya en varias iniciativas normativas nacionales y regionales que buscan impulsar la colaboración y la unión asociativa en el sector agroalimentario. Un ejemplo importante es la Ley 13/2013, del 2 de agosto, de fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario, que introdujo la figura de las Entidades Asociativas Prioritarias (EAP).

En la región, la Ley 11/2010, de 4 de noviembre, de Cooperativas de Castilla-La Mancha, define el marco jurídico sobre cómo operan las cooperativas en la comunidad. Además, la Junta de Comunidades ha publicado convocatorias de apoyo para el asociacionismo agroalimentario y la calidad diferenciada, como la línea de ayudas para registrarse y certificarse en sistemas de calidad (publicadas en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha entre 2022 y 2024). Este apoyo se basa también en la creación de la marca “Campo y Alma”, un sello que identifica y promociona a todos los productos de calidad diferenciada de la región, ayudando a que sean más conocidos en el mercado.

En la actualidad, el asociacionismo agroalimentario en Castilla-La Mancha tiene estructuras consolidadas que apoyan a los productos con Denominación de Origen Protegida (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP) y a los ecológicos. Por un lado, Cooperativas Agro-alimentarias de Castilla-La Mancha (la federación regional de cooperativas) une a más de 500 cooperativas, sobre todo de vino, aceite y queso manchego, además de otros productos con DOP/IGP. Esta organización crea programas de formación, promoción, venta e internacionalización para sus miembros.

Por otro lado, los Consejos Reguladores de cada figura de calidad diferenciada son agrupaciones importantes. Reúnen a productores e industrias en cada sector, se aseguran de

que se cumplan las normas, certifican la calidad y ayudan a promocionar los productos en el extranjero. En Castilla-La Mancha hay 41 Consejos Reguladores, uno por cada DOP/IGP. Muchos de ellos pertenecen a federaciones o agrupaciones nacionales, como la Conferencia de Consejos Reguladores Vitivinícolas o asociaciones de denominaciones de origen de quesos. Estas actividades de promoción cuentan con fondos europeos (LEADER, promoción de mercados) y ayudas regionales.

El modelo cooperativo y asociativo de Castilla-La Mancha ha permitido a los productores de calidad ventajas apreciables: concentrar la oferta para ganar escala, profesionalizar la gestión empresarial, abordar conjuntamente mercados internacionales y acometer inversiones en transformación o marketing que serían inviables individualmente

Algunos ejemplos de sectores muestran esta contribución. En el caso de los vinos (DOP La Mancha, DOP Valdepeñas, DOP Manchuela, entre otros), las cooperativas de vino y sus Consejos Reguladores concentran gran parte de la producción y han impulsado con fuerza la exportación, a menudo usando marcas colectivas o consorcios. La cooperativa Virgen de las Viñas (Tomelloso, Ciudad Real) es un buen ejemplo, ya que combina una integración vertical total (viñedo, bodega, embotellado y venta) con un gran volumen producción, lo que le permite vender en el extranjero con su propia marca.

En la DOP Queso Manchego, la unión de ganaderos y productores de queso en torno al Consejo Regulador asegura que se pueda garantizar la trazabilidad y certificación del queso. Además, se encarga de labores de promoción en el extranjero y de defender legalmente el nombre contra fraudes en otros países (como el uso incorrecto del nombre Manchego en quesos falsos).

En el aceite de oliva (DOP Montes de Toledo, DOP Campo de Calatrava, DOP Aceite de La Alcarria, DOP Aceite Campo de Montiel), las cooperativas de almazaras han creado campañas de comercialización conjuntas. Destacan iniciativas como la marca colectiva Aceites de Toledo o la marca de garantía Aceites Campo y Alma, que han empezado a dar a conocer los aceites de La Mancha en mercados de Asia y América del Norte.

Otros productos tradicionales con denominación de origen también se benefician de colaboraciones concretas. Por ejemplo, el Azafrán de La Mancha tiene una Asociación de Productores y un Consejo Regulador que certifican cada cosecha y dan a conocer un producto de poco volumen, pero muy valioso. La Indicación Geográfica Protegida (IGP) Ajo Morado de Las Pedroñeras, la IGP Cebolla de La Mancha, la IGP Berenjena de Almagro o la IGP Espárrago Verde de Guadalajara se basan en asociaciones locales de productores que elaboran juntos para añadir valor a sus productos mediante presentaciones específicas, participación en ferias y la búsqueda de precios más estables a través de la venta directa o acuerdos de calidad. La Denominación de Origen Protegida (DOP) Miel de La Alcarria y la IGP Mazapán de Toledo cuentan con el respaldo de asociaciones de apicultores y del gremio de pasteleros toledanos, respectivamente, lo que fortalece la identidad de origen y la publicidad de estos alimentos representativos.

Todas estas acciones se han fortalecido gracias a su inclusión en la marca regional “Campo y Alma”, que desde 2021 reúne la imagen de los alimentos certificados de Castilla-La Mancha, impulsando su presencia en campañas publicitarias tanto en España como fuera.

Producción Ecológica: Agricultura, Ganadería

Durante el periodo de referencia la agricultura y ganadería ecológica han incrementado la superficie destinada y el número de productores en un 70,28% y 41,34% respectivamente, hasta alcanzar la cifra de 9.590 productores y 494.539,43 ha en 2024, el 15,87% de la superficie ecológica de España. Si bien la superficie prácticamente se ha duplicado en 10 años el ritmo de expansión ha sido ligeramente menor a la media nacional, que mantiene un crecimiento sostenido desde el inicio del periodo.

A través de las ayudas de la medida 3, la región alcanzó en 2024 la cifra acumulada de 9.767 operaciones de apoyo a la nueva participación en ecológico (3.1) y 14 actuaciones de promoción (3.2) (IAE 2025).

En un contexto general de reducción del número de explotaciones agrarias cabe destacar la orientación estratégica del sector agrario de Castilla-La Mancha hacia prácticas agrarias más sostenibles y con un mayor valor añadido mediante la certificación y el acceso a instrumentos de calidad diferenciada como el sello de producción ecológica.

Tabla 6. Evolución del número de productores y de la superficie ecológica en Castilla-La Mancha y España

Año	Castilla-La Mancha		Total, España	
	Productores	Superficie (ha) (1er año, en conversión y certificada)	Productores	Superficie (ha) (1er año, en conversión y certificada)
2013	6.785	290.423,69	30.502	1.610.128,66
2014	6.421	284.599,55	30.602	1.663.189,16
2015	7.058	365.567,23	34.673	1.968.570,38
2016	6.749	391.352,94	36.207	2.018.802,48
2017	7.213	372.394,16	37.712	2.082.172,80
2018	7.365	413.236,77	39.505	2.246.474,51
2019	7.612	413.253,63	41.838	2.354.915,71
2020	8.000	422.864,50	44.493	2.437.891,02
2021	8.923	412.515,85	52.681	2.799.151,62
2022	9.846	438.467,38	56.024	2.843.612,21
2023	9.963	521.814,85	57.799	3.161.038,57
2024	9.590	494.539,43	56.067	3.116.026,57

Fuente: Informes estadísticos anuales de producción ecológica. MAPA

Entre 2013 y 2024 los prados y pastos permanentes que se gestionan bajo prácticas de agricultura ecológica, así como las hortalizas frescas, fresas y setas cultivadas, han registrado incrementos del 262% y 509%, respectivamente pasando de 25.763,20 ha hasta 93.160,85 ha, en el caso de los pastos y de 436,59 ha a 2.657,10, en las hortalizas. En ambas producciones, así como en el barbecho, entre 2020 y 2021 se observaron descensos. Los cultivos permanentes, que han pasado de 128.721,88 ha a 234.045,86 ha, han tenido un incremento del 82%, sin registrar descensos entre 2020 y 2021.

Tabla 7. Evolución de la producción agrícola ecológica (por tipo de cultivo)

Cultivo	Castilla-La Mancha		Total España	
	2013 (ha)	2024 (ha)	2013 (ha)	2024 (ha)
Tierras Arables*	100.093,60	167.332,72	243.846,48	610.281,54
Hortalizas frescas, fresas y setas cultivadas	436,59	2.657,10	8.793,75	30.635,75
Cultivos permanentes	128.721,88	234.045,86	490.030,03	853.653,15
Prados y pastos permanentes.	25.763,20	93.160,85	757.664,39	1.652.091,88
Barbechos	35.408,42	58.147,92	109.794,01	182.695,50
Otras superficies**	5.071,07	-	49.787,48	-

Fuente: Informes estadísticos anuales de producción ecológica. MAPA. * en 2021 las hortícolas y los barbechos se incluyen en la categoría de tierras arables. Los valores se han incluido aquí a efectos de comparación, pero están incluidos en la cifra de tierras arables. **: La categoría "Otras superficies" se excluye a partir de 2013 para homologarlo con los datos de Eurostat.

Las prácticas y certificación ecológicas han experimentado un proceso de expansión también en el sector ganadero, particularmente en el caso de las aves de corral, los bóvidos, los équidos y las colmenas. En el caso del ovino y caprino se observa una tendencia al alza, en contra del comportamiento regional de descenso de la cabaña convencional, aunque esta tendencia es solo en la cabaña ganadera ya que el número de explotaciones, en el caso del caprino, se ha reducido, lo que ha conllevado un aumento del tamaño medio por explotación.

Se produjo un descenso de animales en ecológico en ovino, caprino y la apicultura, entre 2020, año marcado por la pandemia por COVID-19, y 2021, en el que se registró una sequía prolongada en determinadas zonas y aumentó la cabaña de bóvidos, équidos y aves de corral.

Tabla 8. Evolución de la ganadería ecológica en Castilla-La Mancha

Ganado	2013		2021		2024	
	Explot.	Cabezas	Explot.	Cabezas	Explot.	Cabezas
Bóvidos	43	3.864	223	9.164	↑ 224 ↓	↑13.391 ↑
Porcino	3	41	2	5	↓ 2	-
Ovino	153	48.069	169	59.844	↑ 235 ↑	↑ 90.051 ↑
Caprino	62	6.086	66	16.396	↓ 57 ↓	↑ 22.107 ↑
Aves de corral	9	7.421	15	150.509	↑ 10 ↓	↑ 164.723 ↑
Équidos	3	20	4	17	↑ 8 ↑	↑ 83 ↑
Apicultura (colmenas)	5	2.498	22	7.606	↑ 20 ↓	↑ 4.199 ↓
Total	**278**	**67.999**	**501**	**243.541**	**440**	**290.369**

Fuente: Informes estadísticos anuales de producción ecológica. MAPA. Nota: las flechas a la izquierda del valor de 2024 indican la tendencia entre 2013 y 2024 y las de la derecha la tendencia entre 2021-2024

Finalmente, en lo que respecta a la industria vinculada a la producción ecológica, desde el inicio del Programa se ha pasado de 25 industrias relacionadas con la producción animal ecológica (elaboración y conservación de productos cárnicos, productos lácteos y otros productos alimenticios) y 342 industrias de producción vegetal ecológica (aceites y grasas vegetales, conservación de frutas y hortalizas, productos de molienda, panadería, piensos, bebidas, etc.) en 2013 a 109 y 1.064, respectivamente, en 2024.

La orientación de las industrias relacionadas con la producción animal indica que en 2024 hay 17 destinadas a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos, 20 para la elaboración de productos lácteos y 71 a la de otros productos alimenticios de origen animal.

Tabla 9. Evolución de la industria ecológica en Castilla-La Mancha

	2013	2020	2021	2024
Industria producción vegetal	342	889	854	1.064
Industria producción animal	25	68	73	109

Fuente: informes estadísticos anuales de producción ecológica. MAPA.

El compromiso con la producción ecológica en la región ha proseguido en el nuevo periodo de la PAC y se destinará 160 millones de euros al fomento de la producción ecológica entre 2023-2027 y se constituye como una de las regiones con más fondos destinados a la producción agrícola y ganadera ecológicas.

4. Metodología

4.1. El diseño de la evaluación

El diseño de esta evaluación se fundamenta en un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas, además de incluir una componente participativa significativa. La elección de esta aproximación responde a la necesidad de evaluar no sólo los resultados obtenidos en términos de ejecución sino también los mecanismos y condiciones que han influido en su desarrollo, especialmente en el contexto de medidas con distintos niveles de implementación como la medida 3 (regímenes de calidad) y la medida 9 (agrupaciones de productores), en los que las entidades beneficiarias tienen mucho que aportar.

En las etapas iniciales, se ha llevado a cabo un análisis cuantitativo utilizando los datos resultantes de la gestión de expedientes (número de solicitudes presentadas, importes comprometidos y ejecutados), así como indicadores de seguimiento del Programa. Este análisis se ha enriquecido con el tratamiento de la información obtenida a través de encuestas dirigidas a los beneficiarios de las submedidas 3.1 y 3.2 y de las operaciones 9.1.1 y 9.1.2, considerando tanto a los solicitantes que recibieron ayuda como a aquellos que desistieron en el proceso y a los técnicos gestores de la medida. Este último caso es particularmente significativo en el análisis de la operación 9.1.2, que no ha tenido ejecución en todo el periodo del Programa.

También se han realizado entrevistas a agrupaciones beneficiarias de la ayuda 9.1.1 para enriquecer los resultados con aspectos que describan el funcionamiento de las ayudas y su incidencia en el impulso de agrupaciones de productores. Este análisis se ha apoyado en las aportaciones de distintos actores implicados sobre las fortalezas, debilidades y barreras normativas o administrativas que han podido incidir en los niveles de ejecución de las medidas.

También se ha realizado la construcción de un contexto de partida como elemento clave para la interpretación de los resultados, la detección de carencias de información y la generación de una base estadística y científica sólida para la evaluación. Este análisis ha incluido:

- Caracterización socioeconómica exhaustiva del medio rural regional, que incluye aspectos como el peso del sector agrario y agroalimentario en el PIB, el empleo, la estructura de las explotaciones y el grado de asociacionismo productivo. Se analizan también variables como la población rural, la cultura cooperativa y los factores sociales que influyen en la

participación en medidas de cooperación en relación a los retos demográficos y estructurales.

- Contexto sectorial organizado por subsectores estratégicos (vitivinicultura, olivicultura, cereal, ganadería y forestal), al que se suma un pequeño análisis del tejido agroindustrial (dimensión empresarial, cadenas de valor, concentración de la oferta y desarrollo de canales de comercialización, etc.).
- Contexto ambiental orientado a la presión sobre los usos del suelo, la gestión sostenible de los recursos naturales y la ubicación territorial de los aprovechamientos forestales y agrícolas, con implicaciones para el diseño de intervenciones cooperativas en entornos rurales.
- Contexto específico de la presencia e importancia de los regímenes de calidad y agrupaciones de productores en Castilla-La Mancha. En este sentido, el diseño metodológico de la evaluación ha planteado la realización de un análisis exhaustivo del contexto normativo, operativo y estratégico de los regímenes de calidad y las agrupaciones de productores, en lo que respecta al diseño técnico de las submedidas 3.1, 3.2, 9.1.1 y 9.1.2, los criterios de selección y otros aspectos del diseño del Programa y de las diferentes órdenes de convocatorias que han podido incidir en el éxito de las medidas.

Este enfoque ha permitido profundizar en los aspectos explicativos y contextuales del funcionamiento de las medidas.

4.2. Matriz de evaluación: preguntas de evaluación, criterios de juicio e indicadores.

Tabla 10. Matriz de evaluación

Pregunta Común de Evaluación	Criterios de valoración	Indicadores	Indicadores adicionales
PCE N.º1 - ¿En qué medida las intervenciones del PDR han contribuido a mejorar la competitividad de los productores primarios subvencionados, integrándolos más en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadiendo valor a los productos agrícolas, promocionando los mercados locales y los circuitos de distribución cortos, las agrupaciones de productores y las organizaciones interprofesionales?	7.1.2.1 La aplicación de regímenes de calidad por parte de los productores primarios ha aumentado	-**R4/T6**: Porcentaje de explotaciones agrícolas subvencionadas por participar en regímenes de calidad, mercados locales y circuitos de distribución cortos y agrupaciones/organizaciones de productores (FA 3A). *Meta (T6) programada en el PDR; seguimiento anual en IAE*	**N.º de explotaciones apoyadas sin cómputo doble (M3.1):** total y anual; % sobre el objetivo T6 y % sobre el total de explotaciones
			Distribución por figura de calidad (ecológica, DOP, IGP, ETG): % y evolución
			Permanencia en el régimen y **motivos del abandono. Adicionalidad** y motivaciones de adhesión
			Intensidad media de ayuda (€/beneficiario)
	7.1.2.2 La competitividad de los productores primarios apoyados ha mejorado. El valor añadido de los productos agrícolas ha aumentado. La participación de los productores primarios en el precio de los productos agrícolas ha aumentado	**R4/T6** (puente con 3A): El indicador no mide directamente la competitividad, pero actúa como "puente" porque la participación en regímenes de calidad (R4/T6) es una condición previa para mejorar competitividad. Permite vincular los efectos (mejor precio, acceso a mercados, trazabilidad, etc.) con los objetivos de la subprioridad 3A.	Efecto en **precio/ingresos; costes; cantidad; acceso a mercados; reconocimiento; comercialización; relación con distribuidores / clientes; empleo y condiciones**
			Canales de comercialización y grado de uso (directa/ online / cooperativa / intermediarios / industria / exportadores / grupos de consumidores)
			Cambios de proceso vinculados a calidad (trazabilidad, manejo, diversificación, reducción de insumos, etc.)
			Valor económico de la producción certificada (M€) y precio medio implícito por producto (DOP / IGP / ecológica) en 2015 vs 2023; % exportación y su peso en el valor.
			N.º y gasto de acciones M3.2; alcance, medios y ámbito (ferias, campañas, impactos de medios)**Impactos** percibidos en **consumidores y clientes**

Pregunta Común de Evaluación	Criterios de valoración	Indicadores	Indicadores adicionales
			Efecto de agrupación (M9.1.1) sobre la concentración de oferta: producción comercializada a través de la agrupación (t/hl)
			Percepción sobre el cambio en el poder de negociación y mejor el precio de venta para los socios (9.1.1)
	7.1.2.3 La competitividad de la industria regional ha mejorado	**R4/T6** (integración vertical y coordinación con la industria a través de agrupaciones): Interpretación del indicador desde la **integración vertical**: las agrupaciones de productores financiadas (M9.1.1) son estructuras que integran a productores dentro de la cadena agroindustrial. Así, el R4/T6 representa la **parte de la cadena organizada** con apoyo público.	**N.º de agrupaciones creadas (9.1.1), entidades miembro y explotaciones agrupadas; volumen y valor comercializado** a través de la agrupación; % exportación.
			Indicadores de desempeño industrial: volumen comercializado (3 últimos años); **mercados de destino** y cambios de **canales**; **posicionamiento en mercado**; **profesionalización y gestión interna**; **reducción de costes** (insumos / logística); **innovación de producto / proceso**; **creación de empleo directo**; **acceso a financiación**; **atracción / retención de jóvenes y mujeres**; **cohesión interna**; **difusión de innovación** a explotaciones.

Fuentes: IAE 2016-2025; bases de gestión AG; registros DOP/IGP y ecológicos; encuestas; SFC2014; series MAPA. El indicador oficial R4/T6 pertenece al Marco Común de Seguimiento y Evaluación (FA 3A).

4.3. Técnicas aplicadas

Para llevar a cabo esta evaluación, se han utilizado diversas técnicas para la recopilación y el análisis de información, cuantitativa y cualitativa, para responder a las preguntas de evaluación definidas en la matriz y contextualizar de manera adecuada los resultados obtenidos.

En primer lugar, se ha llevado a cabo un análisis sistemático de los datos obtenidos de la ejecución de las submedidas 3.1 y 3.2, así como de las operaciones 9.1.1 y 9.1.2, teniendo en cuenta el total de expedientes registrados en estas, incluyendo aquellos que han sido aprobados, denegados, en desistimiento o que no han sido ejecutados. Este análisis de la información de las bases de datos de la gestión de las ayudas, ha facilitado la creación de una tipología de actuaciones, la identificación de patrones de acogida y la evaluación del grado de avance hacia los objetivos establecidos en el marco del PDR.

Como complemento a las técnicas de análisis de datos se han realizado encuestas específicas dirigidas a los beneficiarios de las ayudas, de las que se incluye el detalle en anexos al final del informe. En el caso de la medida 3, se ha diferenciado entre los efectos de la participación en regímenes de calidad y aquellos que provienen de las actividades de promoción en el mercado interior y se han enviado a los titulares de explotación o representantes de entidades.

En el caso de la operación 9.1.1, la encuesta ha permitido captar las opiniones y percepciones directas de los beneficiarios sobre los efectos de la ayuda en la creación, funcionamiento y viabilidad de las agrupaciones de productores agroalimentarios y para la 9.1.2, como se trata de una operación que no ha tenido ejecución en ninguna de las anualidades del Programa, se ha optado por enviar un formulario de tipo entrevista a los dos solicitantes que iniciaron la tramitación del expediente y posteriormente desistieron, con el objetivo de identificar los obstáculos percibidos que impidieron su materialización.

En total, las encuestas se han remitido a las personas/ entidades con vínculo directo con las operaciones y han tenido una tasa de respuesta útil del 17,78% (submedida 3.1) sobre un total de 2.104 personas contactadas, 38,89% (submedida 3.2), sobre un total de 18 entidades beneficiarias y 53,33% (operación 9.1.1) sobre un total de 15 entidades beneficiarias.

El resultado de las encuestas de la operación 9.1.1 representó una oportunidad para profundizar en la percepción de los beneficiarios sobre diferentes aspectos de la ayuda y del contexto sectorial de Castilla-La Mancha, con lo que se complementaron con entrevistas a una serie de responsables de agrupaciones beneficiarias.

Asimismo, se ha recopilado la opinión técnica, de forma anual, de las unidades gestoras de las medidas 3 y 9, en cuanto a los niveles de ejecución y a posibles obstáculos normativos, operativos y contextuales que afectan a cada medida.

Esta posibilidad de comparar resultados de datos administrativos, encuestas a actores relevantes y contribuciones de los equipos de gestión, triangulando los mismos, da solidez al análisis y la identificación de factores explicativos que no son evidentes únicamente a través del análisis documental o cuantitativo.

Las entrevistas llevadas a cabo han implicado a las agrupaciones de productores siguientes:

- Domo Pistachio, Sdad. Coop. de CLM

La agrupación de productores de pistacho de Castilla-La Mancha surgió de la **unión de varias cooperativas de primer grado** y actualmente configurada como una cooperativa de segundo grado y se ha convertido, según sus estimaciones, en el proyecto con **mayor volumen de producción de pistacho, el 80% ecológico y el 20% convencional (con una parte en conversión), en España**.

El **sector del pistacho** en Castilla-La Mancha se describe como un sector nuevo, aunque los agricultores integrantes cuentan con amplia experiencia previa en otros cultivos. Esta combinación hace que detecten con claridad que, a medida que el cultivo crezca, la comercialización se volverá más compleja para conocer mejor qué pide el mercado, adaptarse a las exigencias de calidad y diversificar canales y destinos.

Además, la entidad cuenta además con el reconocimiento como **Entidad Asociativa Prioritaria** en el sector del pistacho en Castilla-La Mancha.

- OPAZ, Sdad. Coop. de CLM

Es una agrupación de 4 empresas familiares, con una fuerte componente personal, creada por el impulso de la ayuda. Esta entidad indica que la producción de azafrán con Denominación de Origen Protegida (DOP) Azafrán de La Mancha representa más del 90 % de la producción nacional, aunque que difícilmente puede hablarse de "sector" porque está "*muy desestructurado" y es "muy pequeño",* con menos de 200 productores en toda España, sin marco de plantación estandarizado, sin bulbos certificados y con problemas fitosanitarios asociados, además de otros problemas asociados a su procesado, con elevados costes.

No existe automatización de procesos, con una producción poco profesionalizada. Todo ello sitúa al cultivo "**prácticamente al borde de la extinción**", con unas 90 hectáreas registradas en Castilla-La Mancha, frente a otros cultivos con miles de hectáreas, como el viñedo en el entorno de Villarrobledo.

- FUNGI CLM, S.L.

Entidad de referencia en el sector de los hongos, es la primera agrupación de champiñones y setas de España.

La agrupación sitúa el sector del champiñón y las setas en Castilla-La Mancha en un volumen aproximado de 300 millones de euros, conformado mayoritariamente por pequeñas empresas y autónomos, y con una sola cooperativa de referencia en la región.

Se trata de un tejido envejecido, donde la edad mínima es de 55-60 años y apenas existen terceras generaciones que tomen el relevo con una visión empresarial distinta.

En este contexto surge la agrupación FUNGHI, constituida como sociedad limitada mercantil por varias empresas productoras y comercializadoras. La unión responde a una complementariedad clara: una empresa con producción pero sin una buena comercialización se alía con otra con fuerte capacidad comercial pero sin producción propia. La ayuda 9.1.1 se percibe desde el inicio como un instrumento muy oportuno para impulsar este proyecto conjunto.

- Vidasol, Sdad. Coop. de CLM
- Oleo Vidabol, Sdad. Coop. de CLM

Son dos agrupaciones asociadas a la comercialización de vino y aceite, dentro del mismo grupo. Están integradas por cooperativas que se han constituido en cooperativa de segundo grado.

Más allá de la ayuda, a estas cooperativas se han ido sumando socios como consecuencia de la disolución de otras cooperativas además de la confianza generada por parte del grupo, que hace que en el sector se valore el trabajo y finalmente resulta en nuevos socios en el grupo.

4.4. Problemas o limitaciones del enfoque metodológico.

Las limitaciones se refieren al alcance, cobertura y medición, las cuales deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados.

Los principales problemas y/o limitaciones detectadas por el equipo evaluador son los siguientes:

- La **heterogeneidad sectorial y de figuras de calidad**, con estructuras productivas y mercados muy dispares con comportamientos no atribuibles a la política, lo que dificulta la comparación horizontal entre subsectores y el cálculo de promedios agregados.
- **Sesgos y potencia estadística de las encuestas**, cuyas respuestas apuntan información cualitativa y tendencias relativas ya que, además de que no se dispone de todas las direcciones de correo de los beneficiarios, tampoco existe un nivel muy elevado de respuestas. Por lo tanto, los resultados de las mismas se deben considerar con la cautela necesaria, aunque pueden considerarse fiables al haberse obtenido

conclusiones similares a partir de distintas fuentes (encuestas y entrevistas a distintos actores).

- **Dificultad de cálculo de participación de productor en el precio a través de farm share en productos de Castilla-La Mancha**, ya que no hay series oficiales desagregadas a nivel regional con cifras de precio destino final a consumidor de producción en figuras de calidad. Las series disponibles cubren productos frescos genéricos pero no necesariamente las especializaciones agrícolas o transformados (queso, vino, azafrán). Por ello, esta evaluación utiliza proxis de poder de negociación (canales de venta, comercialización colectiva vs. individual, percepción de peso en la cadena) y evidencia cualitativa.
- La **naturaleza de las acciones de promoción** y su coincidencia con otras políticas o iniciativas privadas dificulta atribuir cambios exclusivamente a la ayuda. En consecuencia, la evaluación adopta un enfoque de contribución y señales de mercado sin sobre atribuir las mejoras observadas al apoyo a través del PDR.
- El **número de agrupaciones (9.1.1) es limitado** y algunas son recientes, con lo que sus indicadores reflejan procesos en curso que pueden no valorar efectos a medio plazo, con lo que se opta por analizar niveles actuales y trayectorias.
- El **bajo nivel de acogida** en la operación 9.1.2, sin ejecución a lo largo del periodo, que reduce el universo de estudio e implica la necesidad de centrar el diagnóstico en causas de no ejecución a partir de documentación y consultas a la unidad gestora.
- Los **factores exógenos y años atípicos**, con años de sequía, vendimias cortas, procesos de inflación, problemas logísticos, afectan a las cifras de producción y precios de forma independiente a las ayudas, con lo que se debe interpretar el papel de las ayudas con cautela.

5. Descripción del Programa.

5.1. Lógica de la intervención

Tanto la medida 3 como las operaciones 9.1.1 y 9.1.2 se han diseñado para contribuir a la prioridad de desarrollo rural 3, para fomentar la organización de la cadena alimentaria, incluyendo la transformación y comercialización de los productos agrarios, el bienestar animal y la gestión de riesgos en el sector agrario, y dentro de ella a la subprioridad 3A, que pretende mejorar la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales.

Estas medidas forman parte de la estrategia completa prevista para el objetivo de la subprioridad 3A, en la que también intervienen las inversiones en agroindustria, el bienestar

animal, la formación, el impulso de la innovación o de la cooperación entre agentes de la cadena alimentaria. Más allá de ellas, la medida 11 de agricultura ecológica, supone una apuesta importante en el PDR de Castilla-La Mancha, y ha sido una verdadera palanca para el desarrollo de este régimen de calidad en la región.

Tabla 11. Esquema de lógica de intervención de la prioridad 3, ámbito de interés 3A, en el que se enmarcan las medidas evaluadas

Prioridad	fomentar la organización de la cadena alimentaria, incluyendo la transformación y comercialización de los productos agrarios, el bienestar animal y la gestión de riesgos en el sector agrario
Ámbito de interés	mejorar la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales
Intervenciones evaluadas	Submedida 3.1 – apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad Submedida 3.2 – apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior Operación 9.1.1 – Fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios Operación 9.1.2 – Creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal
Otras intervenciones con contribución	Submedida 4.2- Inversiones en industrias y cooperativas agroalimentarias Medida 14- Bienestar animal Medida 1- Formación Submedida 16.1 Apoyo para la creación y funcionamiento de grupos operativos de la AIE en materia de productividad y sostenibilidad agraria AEI-AGRI Operación 16.2.1 Ayuda para proyectos piloto en el sector agroalimentario y forestal Operación 16.2.2 Ayuda para proyectos piloto en la producción primaria Submedida 16.4 Cooperación horizontal y vertical entre agentes de la cadena agroalimentaria: desarrollo de cadenas cortas y mercados locales y actividades de promoción local Con contribución secundaria: Medida 11-Agricultura ecológica

Fuente: PDR de Castilla-La Mancha

En evaluaciones anterior ya se detectó la sinergia y complementariedad de la submedida 3.1 con otras medidas del PDR, a nivel de explotación

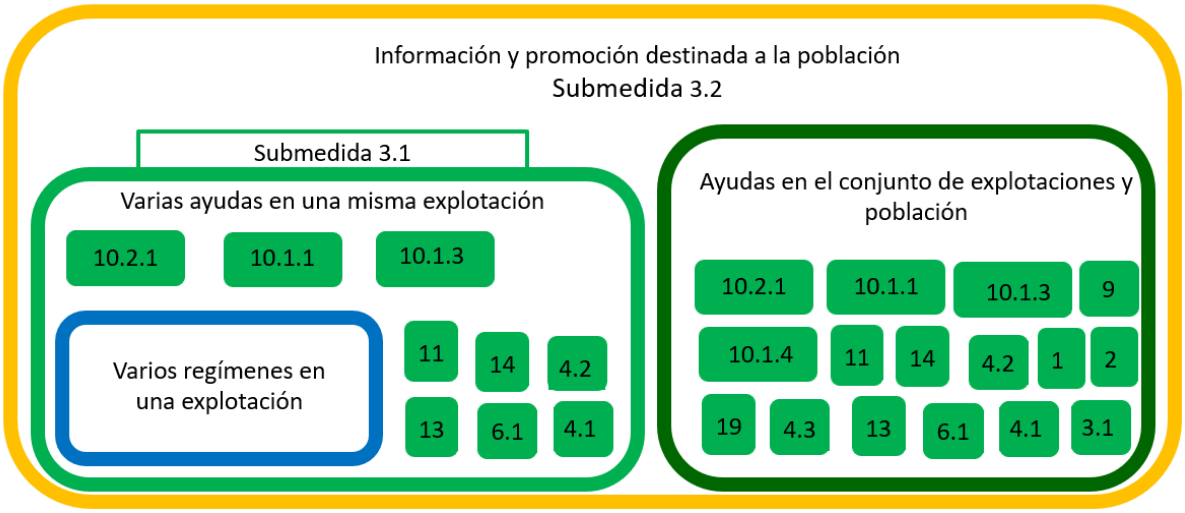
En evaluaciones anteriores ya se ha observado que existe complementariedad y sinergias entre las medidas del PDR para impulsar la calidad diferenciada en la región. Al analizar con detalle las solicitudes de ayuda de los beneficiarios y la figura de calidad a la que se dirigen, que en un primer nivel se encuentra que existe cierto nivel de complementariedad entre las figuras que están presentes en la misma explotación. Ya se puso de manifiesto en el caso de las figuras de calidad ganaderas, que se encuentra la complementariedad entre la agricultura ecológica y la raza autóctona, en la que se identifica una explotación y la DOP Queso Manchego y a IGP Cordero Manchego, en la que se contabiliza otra explotación. También se pone de manifiesto entre las personas que se acogen a la submedida 3.1 y aquellas que aplican compromisos apoyados con la submedida 11, de agricultura ecológica.

A pesar de que no se observa simultaneidad de ayuda en los beneficiarios de la submedida para promover actuaciones en la agroindustria, desde esta submedida se lleva a cabo el impulso de la calidad diferenciada, actuando por lo tanto en un segundo nivel, el sector industrial, complementario al que se lleva a cabo en el sector primario con las actuaciones y compromisos en las explotaciones.

En el ámbito de esta evaluación también se observa la complementariedad de la submedida 3.1 y la operación 9.1.1, al impulsarse la competitividad de las explotaciones al generar agrupaciones de productores cuyos productos son de calidad diferenciada.

Por último, en un tercer nivel, el PDR impulsa la calidad diferenciada motivando al consumidor a su consumo, además de a reconocer el valor de las producciones de calidad diferenciada.

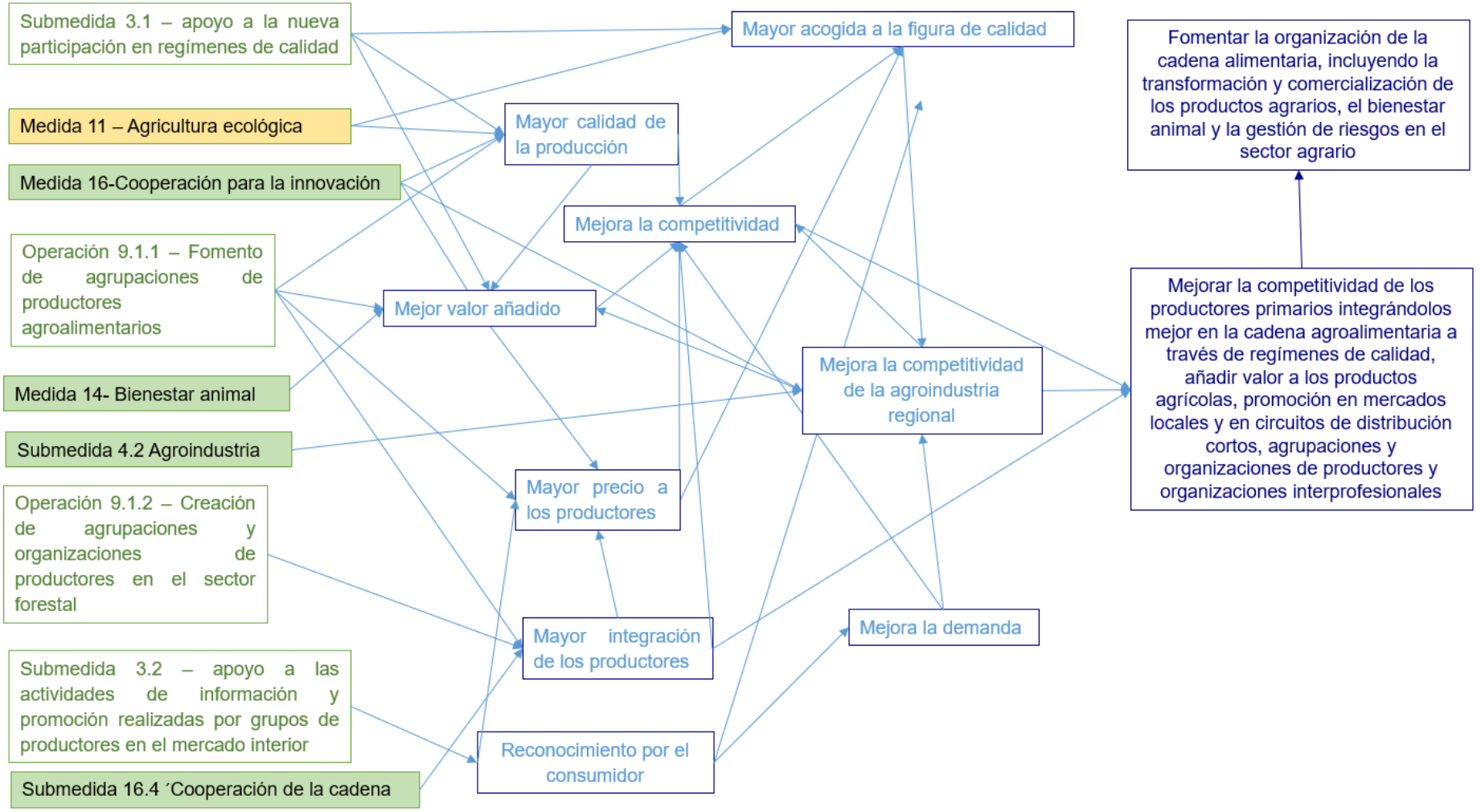
Ilustración 1. Esquema sobre la complementariedad y sinergia de la medida 3



Fuente: evaluación de resultados del Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha. Incidencia del PDR en el sector ganadero

Analizando con detalle la estrategia del PDR, la lógica de la intervención, el detalle del diseño de las medidas se ha reconstruido la teoría del cambio, dibujando con detalle la cadena de resultados, que se ha completado con los hallazgos obtenidos en esta evaluación. Esta cadena de resultados se recoge en el siguiente esquema.

Ilustración 2. Teoría del cambio. Detalle de la cadena de resultados que contribuye a ampliar la lógica de la intervención del Programa de Desarrollo



Rural

Fuente: elaboración propia. En fondo verde, ayudas que intervienen en el impulso de los resultados de la prioridad 3, pero no consideradas en esta evaluación. Con fondo amarillo, la agricultura ecológica, no contemplada en la estrategia de la prioridad 3, pero con efectos secundarios en la misma

5.2. Programa de Desarrollo Rural: medida 3 - Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios (art. 16)

La apuesta por la calidad diferenciada y una industria competitiva y sostenible implican que la combinación de estas medidas aborde, de un modo integral, el impulso al sector en la región.

Por un lado se busca paliar la atomización de la industria, mediante la integración de los productores en la cadena alimentaria, además de impulsar el desarrollo de las agrupaciones de productores agrícolas, ganaderos y forestales, junto a las inversiones que permitan una modernización de las mismas, con la medida 9 y la submedida 4.2.

La constitución y revitalización de agrupaciones de productores o titulares de explotaciones fortalecerá o promoverá la producción adaptando la misma a las exigencias del mercado, mejorará la comercialización e impulsará la información y la organización e implantación de procesos innovadores.

El valor añadido en la producción agraria se impulsará a través de la calidad diferenciada regional y para ello es necesaria la submedida 3.2, junto a los incentivos que permitan unirse a los productores bajo estas denominaciones de calidad (Submedida 3.1).

En el contexto del ámbito de interés 3A la medida 3 “Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios (art. 16) Castilla-La Mancha contribuía a este objetivo, en el momento de aprobación del PDR, con 43 figuras de calidad agroalimentarios de acuerdo con las distintas disposiciones legales, destacando, debido a las condiciones climatológicas, edafológicas y vocación vínica de la región, 18 Denominaciones de Origen Protegidas vínicas tales como “La Mancha”, “Valdepeñas”, “Méntrida”, “Ribera de Júcar”, “Uclés”, incluidos 8 Pagos Vitícolas, además de la Indicación Geográfica Protegida Vinos de la Tierra de Castilla.

Debido a la singularidad y diversidad de la región nos encontramos con otras 24 Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de productos agrícolas entre las que se encuentran el “Cordero Manchego”, la “Miel de la Alcarria”, el “Queso Manchego”, el “Ajo Morado de Las Pedroñeras”, la “Berenjena de Almagro”, el “Melón de la Mancha” y el “Mazapán de Toledo”.

Por otro lado, Castilla-La Mancha contaba con una posición dominante en lo relativo a la agricultura ecológica, especialmente en cuanto a superficie total agrícola.

Estos productos, además de presentar un gran valor añadido económico en sectores relevantes de la industria agroalimentaria regional también se caracterizan por su elevado valor social, dado que tales productos son originarios de unas zonas geográficas concretas o bien se manipulan y transforman siguiendo métodos tradicionales, de tal forma que tales condicionantes finalmente repercuten en que el precio medio pagado al agricultor sea más elevado y en que la venta sea del producto procesado. Por lo tanto, estas menciones de

calidad favorecen sin duda de manera positiva en la renta agraria y en el aumento del VAB de la agroindustria regional.

Por ello existe la necesidad de reforzar e impulsar los productos regionales con calidad diferenciada para incrementar el valor añadido de la región tanto económico como social y ambiental.

Así mismo, con el fin de adaptar la producción a las expectativas de los clientes, cada vez más elevadas, e incrementar las oportunidades de mercado para los productores, se debe informar, formar y apoyar al agricultor para que se dirija hacia la diferenciación de producciones y productos mediante estrategias de calidad, nuevos sistemas de producción agraria compatibles con el medio ambiente y certificación del cumplimiento de los sistemas establecidos.

La producción de calidad puede desarrollar la competitividad de la empresa y con ello, contribuir a originar nuevos puestos de trabajo. Con un tejido empresarial sólido y generador de empleo se contribuye a la fijación poblacional y al desarrollo de oportunidades profesionales en la zona.

Más allá, la producción de calidad promueve el reconocimiento social no solo de la empresa productora sino del origen de la producción. En este sentido, este tipo de operaciones puede impulsar la revalorización del territorio y por ello es tan importante publicitar y comercializar adecuadamente los productos cubiertos por regímenes de calidad.

El esfuerzo dirigido a los productos de calidad diferenciada se hace necesario como una de las medidas que intenten paliar la situación de retroceso de sectores agrarios claves para la región, tanto en el ámbito agrícola como en el ganadero.

El impulso que se proporcione a estos productos repercutirá tanto en la industria como en las explotaciones agrarias y también en beneficios ambientales ya que además de la producción ecológica y la producción integrada cuya repercusión ambiental es manifiesta, se encuentran otros productos acogidos a sistemas de producción o prácticas tradicionales.

Por lo tanto, es necesario reforzar e impulsar los productos regionales con calidad diferenciada, para que incentive el aumento del valor añadido de la agroindustria y este beneficio descienda a los productores y a la población en la que se enclavan.

La medida contribuye, además, de forma potencial a las Focus Area 2A, 4A, 4B, 4C, 6A, 6B y al OT.

Esta medida se impulsa a través de dos submedidas:

- Submedida 3.1 - apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad
- Submedida 3.2 - apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior

5.1.1. Submedida 3.1 - apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad

Esta submedida pretende revalorizar las producciones potenciando los productos de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y de cumplir con las exigencias autonómicas, nacionales y europeas en cuanto a la certificación de productos. Por tanto, es necesario e imperativo informar, formar y apoyar al agricultor para que se dirija hacia la diferenciación de producciones y productos gracias a estrategias de calidad, nuevos sistemas de producción agraria compatibles con el medio ambiente y una certificación del cumplimiento de los sistemas establecidos. Se otorgarán ayudas a agricultores y agrupaciones de agricultores que participen por primera vez o hayan participado durante los cinco años anteriores en:

- Regímenes de calidad europeos.
- Regímenes de calidad, incluidos regímenes de certificación de las explotaciones, de los productos agrícolas, el algodón o los productos alimenticios que cumplan con los requisitos establecidos por la Comisión Europea en el art.16.1 b) del Reglamento (UE) 1305/2013.
- Regímenes voluntarios de certificación de productos agrícolas que, según hayan reconocido los Estados miembros, cumplan las directrices de la UE sobre las mejores prácticas para el funcionamiento de los regímenes voluntarios de certificación de productos agrícolas y alimenticios.

La medida subvenciona los costes fijos ocasionados por la inscripción en un régimen de calidad existente en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y la cuota anual de participación en dicho régimen, incluido en su caso el coste de los controles necesarios para comprobar el cumplimiento del pliego de condiciones de los productos incluidos en los regímenes de calidad establecidos. Por lo tanto, la ayuda adoptará la forma de subvención por medio del reembolso de los costes subvencionables en que se haya efectivamente incurrido y hayan sido realmente abonados de conformidad con el apartado 1a) del artículo 67 del Reglamento (UE) 1303/2013.

La ayuda para la participación por primera vez o durante los cinco años anteriores en regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios consistirá en un incentivo anual cuyo importe se determinará en función del nivel de los costes fijos ocasionados por la participación en los regímenes subvencionados (estos son la inscripción en un régimen de calidad subvencionado y la cuota anual de participación en dicho régimen, incluido, en su caso, el coste de los controles necesarios).

El importe máximo de la ayuda será de 3.000 euros por explotación y por año durante un periodo máximo de cinco años.

La ayuda podrá otorgarse sobre el montante de gastos elegibles por la pertenencia a varios regímenes de calidad, sin que el total de la misma supere los 3.000 euros por explotación y por año.

El porcentaje de ayuda será del 60% de los costes elegibles.

Está dirigida a todos los agricultores y ganaderos que de manera individual o asociada participen por vez primera o hayan participado durante los cinco años anteriores en un régimen de calidad de los productos agrícolas y alimenticios y sean agricultores activos de conformidad con el artículo 9 del Reglamento (UE) n.º 1307/2013.

Respecto a las condiciones de admisibilidad de la ayuda se establece lo siguiente:

- Los beneficiarios deberán ser titulares de una explotación agraria ubicada en el territorio de Castilla-La Mancha la cual deberá figurar inscrita con sus medios productivos en los registros correspondientes al Programa de Calidad Agroalimentaria.

- Tener contratados con entidades de control autorizadas, de conformidad con el Decreto 9/2007, de 6 de febrero de 2007, de autorización de las entidades de control de productos agroalimentarios en Castilla-La Mancha y creación del registro de las mismas, la realización de la certificación o la inspección del cumplimiento de las condiciones establecidas en el Programa de Calidad Alimentaria.

- Haber abonado después de haberse presentado ante la autoridad competente la correspondiente solicitud, el importe de los costes fijos ocasionados por la participación en los regímenes subvencionados (estos son la inscripción en un régimen de calidad subvencionado y la cuota anual de participación en dicho régimen, incluido, en su caso, el coste de los controles necesarios).

- Estar al corriente de sus obligaciones fiscales y con la Seguridad Social.

- Las comprobaciones del cumplimiento de los requisitos del régimen de calidad serán realizadas por una entidad privada de certificación que deberá dar todos los pasos necesarios para evaluar la conformidad de los métodos específicos y de productos obligatorios de acuerdo con los requisitos del sistema de certificación del producto en concreto.

- No se podrán conceder ayudas a marcas nacionales y/o regionales de calidad alimentaria hasta que tales marcas no hayan sido notificadas a la Comisión de conformidad con la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

5.1.2. Submedida 3.2 - apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior

Esta submedida pretende impulsar el apoyo a la comercialización y la mejora de la promoción de la producción agrícola en Programas de Calidad, para aumentar la conciencia de aquellos sobre la disponibilidad de productos de alta calidad. La submedida persigue:

- Inducir a los consumidores a que compren los productos alimentarios incluidos en los Programas de Calidad.

- Dar a conocer las características o ventajas particulares de los productos referidos, especialmente la calidad diferenciada, los métodos de producción específicos y el respeto por el medio ambiente.

- Difundir el conocimiento científico y técnico de estos productos de calidad diferenciada.

Se otorgarán ayudas a las asociaciones o agrupaciones de productores que promocionen los productos de calidad incluidos en:

- Regímenes de calidad europeos.

- Regímenes de calidad, incluidos regímenes de certificación de las explotaciones, de los productos agrícolas, el algodón o los productos alimenticios que cuentan con los requisitos establecidos por la Comisión Europea en el art.16.1 b) del Reglamento (UE) 1305/2013.

- Regímenes voluntarios de certificación de productos agrícolas que, según hayan reconocido los Estados miembros, cumplen las directrices de la UE sobre las mejores prácticas para el funcionamiento de los regímenes voluntarios de certificación de productos agrícolas y alimenticios.

Quedan excluidas de las ayudas la promoción de marcas comerciales.

Los beneficiarios de la ayuda son grupos de productores compuestos por operadores que participen en un Programa de Calidad, entre otros, Asociaciones, Fundaciones, Organizaciones Interprofesionales que representen a un producto concreto y Agrupaciones de Productores.

A través de la ayuda se subvencionarán las inversiones que realicen las asociaciones u organizaciones de productores de los regímenes de calidad existentes en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha destinadas a la información y promoción de los productos incluidos en tales regímenes. La ayuda adoptará la forma de subvención por medio del reembolso de los costes subvencionables en los que se haya efectivamente incurrido y hayan sido realmente abonados, de conformidad con la letra a) del apartado 1 del artículo 67 del Reglamento (UE) 1303/2013.

Las actividades de información y promoción de los productos que participen en los regímenes de calidad estarán subvencionadas en un porcentaje del 70% de los costes elegibles totales de la acción.

Esto engloba los costes derivados de las actividades de información y promoción llevadas a cabo por grupos de productores en el mercado interior en relación con productos cubiertos por un régimen de calidad. Estas actividades son incompatibles con las operaciones subvencionadas en el marco de la OCM Vitivinícola.

No serán subvencionables los gastos efectuados con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud, excepto en el caso de los gastos de asistencias a ferias. En el caso de figuras de calidad implantadas también en otras Comunidades Autónomas, el gasto elegible se corresponderá con el porcentaje de producto certificado en Castilla-La Mancha (en peso o en volumen) en la última campaña finalizada en el momento de publicación de la convocatoria.

En los productos vínicos y bebidas espirituosas, las acciones orientadas al mercado interior se limitarán a la información de los consumidores sobre los sistemas de calidad de tales productos vínicos recogidos en el apartado tipo de ayuda y sobre el consumo responsable de dichas bebidas.

Las actividades y material publicitario serán subvencionables siempre que no se mencionen empresas y marcas. Específicamente no se considerarán actividades subvencionables las actividades de información y promoción relacionadas con nombres de marcas comerciales.

Las actividades de información y promoción subvencionables, así como los gastos elegibles de estas actividades son las que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 12. Costes subvencionables de la submedida 3.2

Operaciones de promoción	Concepto de gastos
1.) Actividades promocionales a.) Catas comentadas b.) Degustaciones c.) Presentaciones públicas d.) Presentaciones en puntos de venta	-Alquiler de los locales -Alquiler de medios, de audiovisuales (megafonía, proyección, traducción y otros medios relacionados). -Alquiler de espacio publicitario -Contratación de personal externo para la actividad -Elaboración, edición y publicación de libros, material publicitario y divulgativo Cuadernillos Folletos Carteles Catálogos Notas informativas Artículos publicitarios Muestras y objetos publicitarios Monolito Creación de lemas -Producto genérico de los regímenes de calidad diferenciada ofrecido en las presentaciones públicas

Operaciones de promoción	Concepto de gastos
2.) Actividades publicitarias a.) Publicidad en medios de comunicación y guías especializadas b.) Creación, actualización y diseño de páginas Web publicitarias c.) Banners d.) Anuncios publicitarios en la red	-Alquiler de espacio publicitario -Anuncios publicitarios -Notas de prensa publicitarias -Artículos publicitarios -Cuñas de radio y televisión -Internet Redes sociales publicitarias Web publicitarias (Creación y actualización) Piezas gráficas para espacios publicitarios
3.) Información y difusión de los requisitos científicos y técnicos	-Elaboración, edición y publicación de libros, material publicitario y divulgativo Cuadernillos Folletos Carteles Catálogos Notas informativas Artículos publicitarios
4.) La elaboración de: a.) Planes estratégicos b.) Estudios técnicos c.) Estudios de mercado d.) Estudios de concepción y creación de productos dentro del marco definido en el pliego de condiciones como producto amparado	Informes Estudios Técnicos Estudios de mercado Planes estratégicos Gastos de los estudios de evaluación de los resultados cuando estén incluidos como parte de la acción de información y promoción
5.) Actividades dirigidas a: a.) Organización de foros b.) Intercambio de conocimientos entre empresas c.) Concursos d.) Exhibiciones e.) Exposiciones f.) Ferias g.) Otros eventos	-Derechos de participación en exposiciones, certámenes, encuentros, talleres, congresos, foros, jornadas, seminarios y ferias -Para una persona, gastos de viaje vinculados a las acciones de información y promoción ejecutadas, según decreto 36/2006 -Coste de las publicaciones realizadas de forma separada o vinculada a eventos específicos -Alquiler de los locales y suelos -Alquiler de medios, de audiovisuales (megafonía, proyección, traducción y otros medios relacionados) -Diseño, adquisición, alquiler, montaje y desmontaje de Stand -Muestras y objetos publicitarios -Gastos en producto de los regímenes de calidad diferenciada para degustaciones y material promocional -Gastos de atención y apoyo al protocolo (azafatas, recepción, etc.) -Gastos en ponentes contratados para jornadas, seminarios o cualquier otro evento para el desarrollo de actividades de información -Actos de organización de concursos -Actos de entrega de premios -Consultoría y diseños previos de campaña

Fuente: Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha (PDR-CLM) v15.1

La promoción debe ser de un producto reconocido por un régimen de calidad. Las acciones promocionales y publicitarias deberán respetar la normativa comunitaria vigente en la materia:

a) Ser de tal naturaleza que no induzcan a error al comprador, especialmente:

- sobre las características del producto alimenticio y, en particular, sobre la naturaleza, identidad, cualidades, composición, cantidad, duración, modo de fabricación u obtención y origen o procedencia. No obstante, podrá aparecer la indicación del origen del producto cuando se trate de una designación efectuada en virtud de la normativa comunitaria.
- atribuyendo al producto alimenticio efectos o propiedades que no posea,
- sugiriéndole que el producto alimenticio posee características particulares cuando todos los productos similares posean estas mismas características.

b) No atribuir a un producto alimenticio propiedades de prevención, tratamiento y curación de una enfermedad humana, ni mencionar dichas propiedades.

c) Tales actividades resaltarán las características o ventajas específicas de los productos en cuestión, especialmente la calidad, las características específicas de los métodos de producción agrícolas de la Unión, en particular en términos de autenticidad, bienestar de los animales o el respecto por el medio ambiente vinculados al programa de calidad de que se trate y podrán incluir la difusión de conocimientos específicos y técnicos sobre esos productos.

Quedan excluidas de las ayudas la promoción de marcas comerciales.

Los beneficiarios deberán estar al corriente del cumplimiento de sus obligaciones fiscales y con la Seguridad Social.

No se podrán conceder ayudas a marcas nacionales y/o regionales de calidad alimentaria hasta que tales marcas no hayan sido notificadas a la Comisión de conformidad con la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

5.3. Programa de Desarrollo Rural: medida 9 - Creación de grupos y organizaciones de productores en los sectores agrícola y forestal (art. 27)

La medida 9 está diseñada para fomentar la creación de grupos y organizaciones de productores en los sectores agrícola y forestal en el marco de considerando que el sector primario agrario y la industria agroalimentaria y forestal de Castilla-La Mancha están constituidos fundamentalmente por autónomos, micro pymes y pymes que han realizado durante los últimos años un gran esfuerzo para modernizarse y adaptarse al mercado actual.

Sin embargo, estos esfuerzos no han sido suficientes para muchos productores primarios que ven como sus costes de explotación y producción dificultan sus posibilidades para competir

con grandes empresas referentes en el sector. Esto se debe fundamentalmente a la elevada atomización de pequeñas industrias agroalimentarias y empresas forestales. Su pequeña dimensión dificulta su capacidad para defenderse en el mercado, que cada vez es más competitivo, y de desarrollar estrategias que permitan comercializar con mayor seguridad y posibilidad de éxito.

No existen agrupaciones empresariales que doten de mayor poder económico y comercial a estos sectores, por lo que la medida se configura como una herramienta que permitirá incentivar la acción de agruparse e impulsar una primera fase de asociación empresarial. Tratará de ayudar a las empresas agroalimentarias y forestales a avanzar en un primer escalón de agrupación, una primera fase de aumento en su dimensión económica y comercial e iniciarse en una primera etapa de comercialización conjunta.

Para ello, mediante la creación de agrupaciones y organizaciones de productores se pretende conseguir una mayor integración de los productores en la cadena de distribución agroalimentaria y, con ello, aumentar la dimensión económica y social de estos mediante procesos de integración, con el fin de concentrar la oferta y comercializar en conjunto sus productos agroalimentarios así como mediante actuaciones incentivadoras.

La medida contribuye, además, de forma potencial a las Focus Area 1B, 6B y OT.

Esta medida se impulsa a través de dos operaciones:

- Operación 9.1.1 - fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios
- Operación 9.1.2 - creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal

5.2.1. Operación 9.1.1 - Fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios

Esta operación pretende fomentar, promover e incentivar la agrupación u organización de entidades para comercializar en conjunto sus productos agroalimentarios, al amparo del apartado 1.b) del artículo 27 del Reglamento (UE) 1305/2013.

Se genera debido a un contexto de elevada atomización de las industrias agroalimentarias y la enorme competitividad existente en el mercado que dificulta la labor de comercialización de sus productos. La acción de unir estrategias comerciales y lograr una salida al mercado con mayor fuerza posibilitaría mayor éxito en la comercialización de los productos. Asimismo, el fomento de la creación de agrupaciones de productores de productos con mayor potencial en la región (tales como el vino o el aceite de oliva) así como productos especialmente característicos pero con escaso desarrollo comercial (tales como el azafrán, o los productos ecológicos) supondría poner a disposición de los productores una herramienta de gran utilidad para favorecer las operaciones de comercialización y posicionarse con mayor contundencia en el mercado extrarregional.

Esta operación ofrece por tanto una ayuda a agrupaciones u organizaciones reconocidas para iniciarse en la comercialización conjunta de la producción global de la agrupación.

De conformidad con el apartado 1c) del artículo 67 del Reglamento (UE) 1303/2013, la ayuda adoptará la forma de importe a tanto alzado y no superará los 100.000 euros anuales de contribución pública. De acuerdo con las directrices de la operación, no existen costes elegibles que puedan concretarse, si bien la ayuda estará supeditada a la puesta en marcha de un Plan Empresarial de comercialización conjunta que abarque acciones en los distintos ámbitos definidos en el mismo (ver condiciones de admisibilidad).

La ayuda podrá alcanzar un máximo del 10% de la producción comercializada o de 100.000 euros en la primera anualidad en la que se ponga en funcionamiento el Plan Empresarial de comercialización conjunta. Dicho máximo vendrá determinado por un sistema de puntuación otorgado a través de los criterios de selección que finalmente se establezcan tras su consulta en el seno del Comité de Seguimiento. Una vez definida la ayuda para el primer año de aplicación del Plan Empresarial, esta irá decreciendo de forma anual y linealmente a razón de -10% de ayuda por cada año de vida del Plan Empresarial.

Dado que no existe una normativa a nivel estatal ni regional que defina esta figura, a los efectos de esta operación se entiende por agrupación u organización de productores agroalimentarios cuando varios productores o titulares de industrias agroalimentarias dedicados a la producción, transformación y comercialización de un determinado producto agroalimentario (subsector), se asocien constituyendo una Agrupación u Organización de Productores de tamaño empresarial PYME y para un producto agroalimentario determinado, con la finalidad de comercializar conjuntamente su producción, incluida la preparación para la venta, la centralización de ventas y el abastecimiento a los mayoristas.

La operación establece una serie de requisitos previos al solicitante:

- Agrupaciones u Organizaciones de Productores de productos agroalimentarios procedentes de la transformación de productos agrícolas del Anexo I del Tratado agroalimentarios que se reconozcan con el fin de llevar a cabo la comercialización conjunta de sus producciones. Las condiciones de base para la autorización de una Agrupación de Productores u Organización de Productores estarán definidas por la normativa que se desarrolle al efecto.
- Los solicitantes deberán ser PYME.
- Los solicitantes deberán disponer por sí mismos, o a través de sus asociados, de instalaciones de transformación y/o comercialización de productos agroalimentarios obtenidos a partir de productos agrícolas y estar inscritas en el Registro de Industrias Agroalimentarias de Castilla-La Mancha, estando en disposición de comercializar productos agroalimentarios.
- Las PYMES no deberán encontrarse en situación de crisis.

Respecto al Plan Empresarial de comercialización conjunta este cuenta también con una serie de requisitos:

- La solicitud de ayuda deberá ir acompañada de un Plan Empresarial específico para la comercialización conjunta, e incluirá:
    - Situación inicial de la agrupación de productores (antecedentes, socios integrantes, actividad de los socios, datos de producción de cada uno de los socios, localización de las industrias socias, análisis DAFO general, etc.).
    - Hitos y objetivos relativos a la actividad comercial a desarrollar, (estrategia comercial a desarrollar, mercados de destino, segmentos de mercado, cuotas y expansión geográfica, recursos humanos y resultados económicos esperados).
    - Indicadores cuantificables que medirán el alcance de objetivos anualmente.
    - Necesidades y estrategia de actuaciones: Actuaciones a definir anualmente en un cronograma plurianual de 3 a 5 años. Las actuaciones estarán enmarcadas en los siguientes ámbitos de acción:
        - (1) Ámbito del Análisis del Mercado: realización de estudios de mercado, planificación estratégica, análisis de segmentos comerciales objetivo y evaluación de las posibilidades de expansión comercial.
        - (2) Ámbito de Recursos Humanos: actuaciones tendentes a mejorar la estructura de los recursos humanos dedicados a la comercialización de los productos (estructura de la plantilla, contratación, organización funcional, formación específica en comercialización…)
        - (3) Ámbito de Inversiones Físicas para la comercialización: inversiones a llevar a cabo en las instalaciones de la Agrupación y que afecten a las fases de comercialización y a la salida al mercado (envasado, expedición, puesta en el mercado, etc.).
        - (4) Ámbito de Promoción, Marketing y Publicidad: acciones tendentes a darse a conocer en el mercado (exposición, asistencia a ferias, acciones de marketing y publicidad).

Para cada plan empresarial se valorará la viabilidad del mismo, en cuanto a consistencia y coherencia con los hitos y objetivos establecidos y el grado de penetración y profundidad del plan en función del incremento de ventas estimadas.

El Plan Empresarial llevará implícito las siguientes premisas:

- Tendrá una duración de 3 a 5 años.
- Conllevará la formalización de un contrato de compromisos.
- Cualquier alteración, modificación, o cambio en los detalles recogidos en el mismo antes de llevarse a cabo deberá ser notificado con la suficiente antelación con el objeto de comprobar nuevamente el cumplimiento de los criterios de elegibilidad y priorización, salvo en circunstancias excepcionales y causas de fuerza mayor.

- Cualquier modificación o incumplimiento del mismo que pueda afectar a los criterios de elegibilidad o de priorización acarreará una nueva valoración y, en caso de no cumplir con los requisitos necesarios se podrá sancionar e incluso devolver la ayuda con los intereses correspondientes.
- El Plan Empresarial podrá ser revisado por la autoridad competente para definir condiciones adicionales o fijar objetivos complementarios en función del sector afectado.
- Anualmente se comprobará el nivel de ejecución del Plan, el cual deberá ceñirse estrictamente a lo inicialmente aprobado, de tal forma que el pago anual de la ayuda estará supeditado al grado de cumplimiento del Plan.

5.2.2. Operación 9.1.2 - Creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal

Esta operación pretende fomentar el asociacionismo forestal en sus fases más elementales, incentivando la constitución y revitalización de agrupaciones de productores o titulares de explotaciones forestales con objeto de fortalecer o promover la producción adaptando la misma a las exigencias del mercado, mejorar la comercialización mediante la centralización de ventas con ofertas conjuntas y redes de almacenamiento de productos forestales y establecer normas comunes relativas a la información de la producción y a la organización e implantación de procesos innovadores.

Así mismo, se prestará especial atención a las agrupaciones y organizaciones ya existentes con el objeto de potenciar su actividad en el sentido indicado.

Se enmarca en un contexto de una producción forestal, en Castilla-La Mancha, caracterizada por su falta de organización no existiendo en este Sector, a excepción del subsector cinegético, asociaciones o agrupaciones de titulares de explotaciones o productores, ni organizaciones dedicadas a la recogida, transformación, movilización y comercialización de los productos forestales que puedan autorregular los aspectos más esenciales de su actividad o desempeñar simplemente el papel de interlocutor de este Sector. Incluso en el subsector cinegético, las asociaciones que existen no desarrollan plenamente el potencial que se podría alcanzar.

La existencia de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal permitirá con mayor facilidad implantar en sus asociados tanto medidas tendentes a favorecer la sostenibilidad ambiental, incluidos los aspectos climáticos y el incremento de la competitividad, como contribuir a la creación y conservación de empleo. Con todo ello, se contribuirá a alcanzar los objetivos transversales definidos.

La ayuda se abonará anualmente de forma decreciente durante un máximo de 5 años desde la fecha del reconocimiento de la agrupación u organización de productores. Se calculará en función de la producción anual comercializada y su intensidad estará limitada al 10% de dicha producción anual comercializada, con un valor máximo de 100.000 €/año.

Las acciones de fomento forestal están contempladas en la línea de actuación denominada "Aprovechamiento sostenible y fomento de los recursos forestales" del Plan de Conservación del Medio Natural en Castilla-La Mancha.

Las actuaciones contempladas en esta operación sin lugar a duda contribuirán a la consecución de la prioridad de desarrollo rural de la Unión y del ámbito de actuación establecidos en el apartado 3a) del artículo 5 del Reglamento (UE) 1305/2013.

El artículo 27 del Reglamento (UE) 1305/2013 contempla la posibilidad de financiar la creación de agrupaciones y asociaciones de productores forestales.

De conformidad con el apartado 1c) del artículo 67 del Reglamento (UE) 1303/2013, la subvención adoptará la forma de importe a tanto alzado.

Cuando las actuaciones a ejecutar estén sujetas a un régimen de ayudas o subvenciones públicas, tales actuaciones deberán dar cumplimiento a la Ley estatal 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y a la normativa que la desarrolla.

Los beneficiarios de estas ayudas serán las agrupaciones u organizaciones de productores o titulares de explotaciones forestales y aquellas microempresas y pequeñas empresas, que desarrollando su actividad en las zonas rurales, estén agrupadas o pretendan agruparse con el objetivo de ser reconocidas oficialmente por la autoridad competente e implementen y ejecuten un Plan Empresarial de actuaciones de cara a comercializar la producción en conjunto.

Dado que no existe una normativa ni a nivel estatal ni regional que defina esta figura, a los efectos de esta operación se entiende por agrupación u organización de productores forestales cuando varios productores o titulares de explotaciones forestales, microempresas y pequeñas empresas, dedicados a la recogida, transformación, movilización y comercialización de un determinado producto forestal (subsector) se asocien con la finalidad de alcanzar alguno de los siguientes objetivos:

- Adaptar su producción y rendimiento a las exigencias del mercado
- Comercializar conjuntamente su producción, incluida la preparación para la venta, la centralización de ventas y el abastecimiento a los mayoristas
- Establecer normas comunes relativas a la información sobre la producción u otros tipos de actividad, tales como representación, desarrollo de competencias empresariales y comerciales, organización y facilitación de procesos innovadores.

La ayuda se abonará anualmente de forma decreciente durante un máximo 5 años desde la fecha del reconocimiento de la agrupación u organización de productores.

De acuerdo con las directrices de la operación, no existen costes elegibles que puedan concretarse. Si bien, la ayuda estará supeditada a la constitución y reconocimiento de la

organización de productores en el primer año a contar desde la fecha de presentación de la solicitud de ayuda y a la implantación de un plan empresarial de comercialización conjunta.

No serán elegibles aquellas solicitudes destinadas a asociaciones de productores forestales cuando alguno de sus integrantes ya pertenezca a otra asociación que para el mismo producto haya obtenido o solicite una ayuda amparada en esta operación.

No serán elegibles las actividades de promoción y publicidad, aunque podrán incluirse acciones tendentes a diseñar las estrategias comerciales a seguir (estudios de mercado para conocer en profundidad el mercado o los mercados donde se pretende actuar, los objetivos de ventas, cliente objetivo, etc.).

Esta operación estará supeditada a la presentación de un Plan Empresarial que deberá aplicarse durante el periodo considerado.

La ayuda podrá alcanzar un máximo del 10% de la producción comercializada o de 100.000 euros en la primera anualidad en la que se ponga en funcionamiento el Plan Empresarial. A partir del montante de ayuda correspondiente al primer año de aplicación del Plan Empresarial, este irá decreciendo de forma anual y linealmente a razón de un -10% por cada año de vida del mismo.

Solo se abonará el último tramo de la ayuda una vez comprobada la correcta ejecución del Plan Empresarial, previa presentación de una memoria final del mismo.

5.4. Criterios de selección de las operaciones

Tabla 13. Criterios de selección de las operaciones

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE OPERACIONES				
MED	**SUBM**	**CRITERIO**	**ORIGEN/JUSTIFICACIÓN DEL CRITERIO**	**GRADUACIÓN/RANGO**
3	3.1	C1. Sectores a los que corresponde el régimen de calidad en el que participa el agricultor		- Producción ecológica: 30 puntos - Regímenes de calidad de ovino, de caprino y de vacuno: 25 puntos - Regímenes de calidad de leguminosa de consumo humano: 20 puntos - Regímenes de calidad de frutas, hortalizas y especias: 15 puntos - Regímenes de calidad Frutos Secos: 10 puntos - Otros regímenes de calidad no incluidos anteriormente: 5 puntos
3	3.1	C2. Tipo de figura de calidad		- Regímenes de calidad indicados en el artículo 16, apartado 1, letra a, del Reglamento (UE) 1305/2013: 15 puntos
3	3.2	C1. Sectores a los que corresponde el régimen de calidad en el que participa el agricultor		- Producción ecológica: 30 puntos - Regímenes de calidad de ovino, de caprino y de vacuno: 25 puntos - Regímenes de calidad de leguminosa de consumo humano: 20 puntos - Regímenes de calidad de frutas, hortalizas y especias: 15 puntos - Regímenes de calidad Frutos Secos: 10 puntos - Otros regímenes de calidad no incluidos anteriormente: 5 puntos
3	3.2	C2. Tipo de figura de calidad		- Regímenes de calidad indicados en el artículo 16, apartado 1, letra a, del Reglamento (UE) 1305/2013: 15 puntos
9	9.1.1	C1. Naturaleza de las agrupaciones de productores y de los miembros integrantes		-Agrupaciones en las que el porcentaje o las participaciones sociales en manos de mujeres sean como mínimo del 50 %. En caso de agrupaciones que sean cooperativas, tener un Plan de Igualdad o que el porcentaje de representación de las mujeres en los órganos de toma de decisiones sea igual o mayor al porcentaje que representan en su base social. 9 puntos -Si la agrupación de productores, o al menos uno de los miembros, es una entidad asociativa

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE OPERACIONES				
MED	**SUBM**	**CRITERIO**	**ORIGEN/JUSTIFICACIÓN DEL CRITERIO**	**GRADUACIÓN/RANGO**
				prioritaria de interés regional reconocida para el mismo producto para el cual esté reconocida como APPaa. 5 puntos -Si la agrupación de productores, o al menos uno de los miembros, es una entidad asociativa (cooperativas, SAT). 4 puntos
		C2. Grado de despoblación de los municipios integrantes de la agrupación		-Agrupaciones de productores con alguna de sus instalaciones ubicadas en municipios o núcleos de población consideradas zonas de extrema despoblación, según en el artículo 12 de la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha, de evitar la despoblación rural. 3 puntos -Agrupaciones de productores con alguna de sus instalaciones ubicadas en municipios o núcleos de población consideradas zonas de intensa despoblación, según en el artículo 12 de la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha, de evitar la despoblación rural. 2 puntos -Agrupaciones de productores con alguna de sus instalaciones ubicadas en municipios o

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE OPERACIONES				
MED	**SUBM**	**CRITERIO**	**ORIGEN/JUSTIFICACIÓN DEL CRITERIO**	**GRADUACIÓN/RANGO**
				núcleos de población consideradas zonas en riesgo de despoblación, según en el artículo 13 de la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha, de evitar la despoblación rural. 1 punto
		C3. Número de miembros integrantes de la agrupación		-Agrupaciones de productores conformados por más de 10 miembros. 5 puntos -Agrupaciones de productores conformados entre 7 y 10 miembros. 3 puntos -Agrupaciones de productores conformados por entre 3 y 6 miembros. 2 puntos
		C4. Tipo y número de productos comercializados en conjunto		- Agrupación de productores cuyo objeto sea la comercialización de productos ecológicos atendiendo a lo establecido en la Ley 7/2007, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha, en más de un 50% de la producción agrupada total. 5 puntos - Agrupación de productores cuyo objeto sea la comercialización de productos amparados bajo figuras de calidad de las establecidas en la Ley 7/2007, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha, en más de un 50% de la producción agrupada total. 4 puntos - Agrupación de productores cuyo objeto sea la comercialización de alguno o algunos de los siguientes productos agroalimentarios estratégicos en la región: aceite de oliva, vino, ajo,

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE OPERACIONES				
MED	**SUBM**	**CRITERIO**	**ORIGEN/JUSTIFICACIÓN DEL CRITERIO**	**GRADUACIÓN/RANGO**
				azafrán, productos lácteos procedentes de leche de oveja o cabra, miel, leguminosas grano, frutos secos y cebolla. 3 puntos - Agrupación de productores cuyo objeto sea la comercialización de más de un producto agroalimentario. 2 puntos
		C5. Ámbitos de actuación del Plan Empresarial de Comercialización Conjunta (de acuerdo con lo establecido en el Anexo I de la presente Orden)		- Si el Plan Empresarial de Comercialización Conjunta incluye más de 3 ámbitos de actuación. 5 puntos - Si el Plan Empresarial de Comercialización Conjunta incluye 3 ámbitos de actuación. 4 puntos - Si el Plan Empresarial de Comercialización Conjunta incluye 2 ámbitos de actuación. 3 puntos
9	9.1.2	C1. Agrupaciones u organizaciones de productores del sector forestal	Se valorará en función del número de asociados que constituyan las APF	- Al menos 20 asociados: 10 puntos. - Menos de 20 y al menos 10 asociados: 7 puntos. - Menos de 10 y al menos 5 asociados: 5 puntos.
9	9.1.2	C2. Fijación de la población.	Se valorará que el Plan Empresarial de comercialización conjunta lleve aparejadas inversiones que van a suponer la creación de puestos de trabajo con una duración mínima correspondiente con la vigencia del citado Plan	- Creación de 5 o más puestos de trabajo: 10 puntos. - Creación de 3 o 4 puestos de trabajo: 7 puntos. - Creación de 1 o 2 puestos de trabajo: 5 puntos.
9	9.1.2	C3. Puesta en valor de los productos forestales	Este criterio pretende poner en valor los productos descritos en	- Inversiones en proyectos innovadores para la obtención de productos maderables y leñosos incluida la biomasa: 10 puntos.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE OPERACIONES				
MED	**SUBM**	**CRITERIO**	**ORIGEN/JUSTIFICACIÓN DEL CRITERIO**	**GRADUACIÓN/RANGO**
			el artículo 6 de la Ley 43/2007, de 21 de noviembre, de Montes, como es el caso de los productos maderables y AÑO XXXVI Núm. 149 2 de agosto de 2017 18863 leñosos, incluida la biomasa forestal, el corcho, la resina, los pastos, la caza, los frutos, los hongos, las plantas aromáticas y medicinales, los productos apícolas y los servicios con valor de mercado	- Inversiones en proyectos innovadores en la producción micológica y de resina: 8 puntos. - Inversiones en proyectos innovadores en la prestación de servicios con valor de mercado: 6 puntos. - Inversiones en proyectos innovadores en la producción de caza y piña: 4 puntos. - Inversiones en proyectos innovadores en la obtención de otros productos forestales: 2 puntos.
9	9.1.2	C4. Ubicación en zona ITI (Inversión Territorial Integrada)	Ubicación del municipio en zona ITI	- Por pertenencia del municipio donde se ubica la APF en zona ITI: 10 puntos - Resto de solicitudes: 0 puntos

Fuente: Orden 205/2017, de 15 de diciembre (modifica la Orden de 28/05/2015) (3.1 y 3.2), Orden 150/2022, de 27 de julio (9.1.1) y Orden 134/2017, de 25 de julio (9.1.2). NOTA: Los criterios que aquí se muestran corresponden a la última orden de convocatoria de las operaciones. Debe tenerse en cuenta que se ha producido pequeños cambios en los criterios y puntuaciones a lo largo de las sucesivas órdenes.

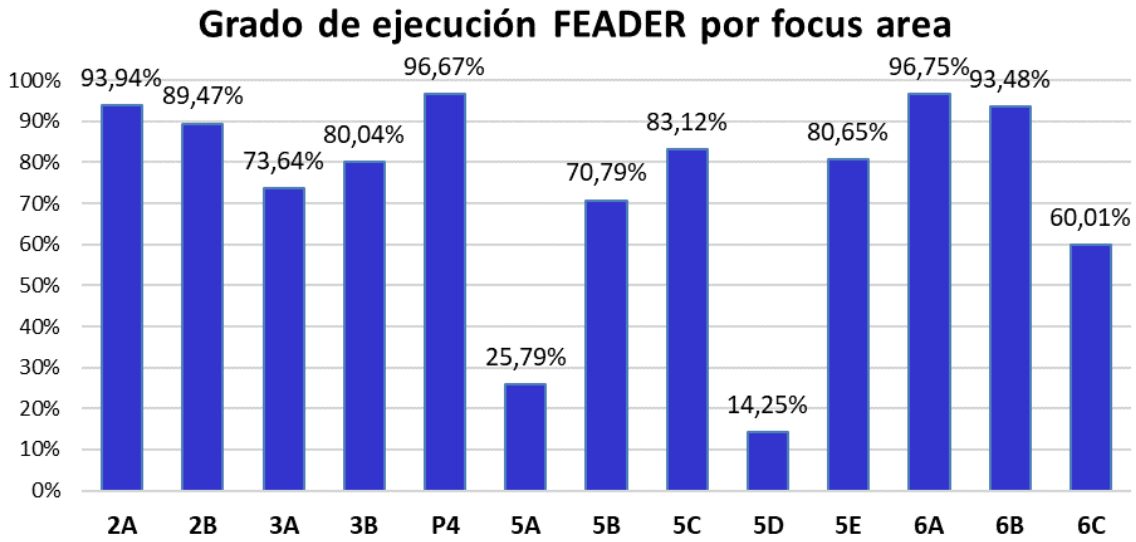
6. Ejecución

Desde el origen del periodo hasta diciembre 2024 se han pagado con el Programa de Desarrollo Rural 1.785.794.363,70€, de los que 1.381.166.360,77€ corresponden a FEADER, incluyendo los fondos IRUE, lo que representa un nivel de ejecución del 87,46% del FEADER y el 87,72% del gasto público total.

La subprioridad 6A registra la mayor ejecución, un 96,75% del objetivo de GPT previsto, le sigue la prioridad 4 con un 96,67%, la subprioridad 2A con un 93,94%, la 6B un 93,48% de ejecución, la subprioridad 2B un 89,47%, la subprioridad 5C con el 83,12%, la subprioridad 5E un 80,65% de ejecución, la subprioridad 3B un 80,04%, la subprioridad 3A un 73,64%, la subprioridad 5B con un avance del 70,79% y la 6C con un 60,01%.

Con menores niveles de ejecución se encuentran las subprioridades 5A con el 25,79% y la 5D con el 14,25%.

Gráfica 1. Nivel de avance del Gasto FEADER respecto al objetivo previsto por subprioridad



Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

En la siguiente tabla se resume la ejecución por medidas, con información por compromisos del periodo de programación 2014-2022 y periodos anteriores, así como datos anuales y acumulados, objetivos previstos en la versión 14 del Programa y nivel de ejecución para el gasto FEADER, incluidos fondos EURI y gasto público total, incluidos fondos top up.

Tabla 14. Detalle de la ejecución por medidas del Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha periodo programación 2014-2022

MED	EJECUCIÓN 2024 Acumulado 1-2-3-4 T			EJECUCIÓN TOTAL 2014-2024 2014-2024			PROGRAMADO V14 ABRIL 2024 PDR TOTAL		% EJEC
	FEADER	GPT	EURI	FEADER (inc. EURI)	GPT	EURI	TOTAL FEADER	GPT	
1	505.354,30	561.504,62	-	5.709.531,22	6.343.922,15	-	7.816.753,00	8.685.281,13	73,04
2	676.834,88	902.446,47	-	2.251.885,12	3.002.513,41	-	2.293.389,00	3.057.852,00	98,19
3	967.603,66	1.290.136,94	-	7.772.570,24	10.363.418,23	-	7.853.780,00	10.471.706,67	98,97
4	62.105.029,71	78.883.227,37	18.439.488,15	282.708.663,95	371.283.115,11	26.371.000,95	395.933.520,75	516.088.027,66	71,94
5	-	-	-	6.562.768,87	8.750.356,99	-	7.398.606,00	9.864.808,00	88,70
6	3.847.500,00	4.275.000,00	-	83.233.768,82	92.481.965,36	-	90.599.700,00	99.721.888,89	92,74
7	1.833.224,19	2.363.007,70	670.652,16	11.774.542,33	15.522.349,61	1.460.575,32	14.491.454,00	19.044.901,00	81,50
8	13.686.982,15	17.422.019,11	3.007.646,62	384.481.680,71	511.188.213,49	5.285.740,57	418.886.751,92	555.498.980,56	92,02
9	464.386,56	515.985,06	-	3.643.462,83	4.048.292,01	-	4.194.994,00	4.661.104,45	86,85
10	510.432,39	680.576,27	-	69.178.097,21	92.237.434,97	-	71.677.933,40	95.570.577,87	96,51
11	777.877,50	1.037.169,64	-	216.382.155,47	288.509.497,59	-	217.238.920,00	289.651.893,34	99,61
12	6.050.148,56	8.066.863,94	-	41.345.015,37	55.126.674,45	-	42.074.256,00	56.099.008,00	98,27
13	29.315.454,26	39.087.265,51	-	73.003.274,25	97.337.628,74	-	79.394.183,34	105.858.911,12	91,95
14	2.369.272,67	3.159.030,00	-	14.837.609,35	19.783.476,99	-	17.550.000,00	23.400.000,00	84,54
15	204.230,80	272.307,68	-	1.576.618,89	2.102.158,16	-	1.968.000,00	2.624.000,00	80,11
16	387.754,14	430.837,94	-	1.287.113,82	1.430.126,47	-	10.068.092,20	11.156.769,11	12,82
19	19.561.363,29	27.957.692,90	14.875.684,28	143.723.813,08	168.288.059,96	28.090.783,16	155.826.063,00	179.190.070,00	93,92
20	1.747.668,53	2.330.223,99	-	12.489.627,41	16.652.833,76	-	17.727.892,00	23.637.189,33	70,45
22	-562,50	-750,00	-	14.458.995,76	19.278.659,91	-	14.459.882,39	19.279.843,19	99,99
113	-	-	-	1.547.753,41	2.063.666,33	-	1.745.788,00	2.327.717,33	88,66
TOT	**145.010.555,09**	**189.234.545,14**	**36.993.471,21**	**1.377.968.948,11**	**1.785.794.363,69**	**61.208.100,00**	**1.579.199.959,00**	**2.035.890.529,65**	**87,72**

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

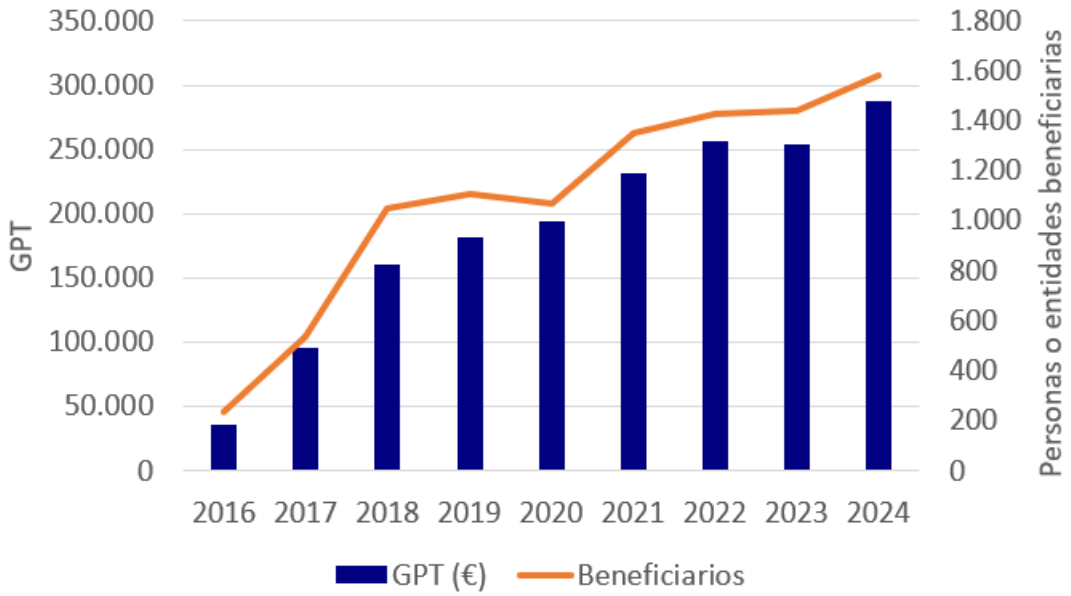
6.1. Detalles por actuación

Submedida 3.1

La submedida 3.1, está orientada al apoyo a la nueva participación en regímenes de calidad, mediante la cual se pretende revalorizar las producciones potenciando los productos de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y de cumplir con las exigencias autonómicas, nacionales y europeas en cuanto a la certificación de productos.

El **importe total ejecutado, desde el inicio del periodo, asciende a 1.695.858,11**€, el 57,43% de las ayudas solicitadas, **distribuido entre un total de 3.557 beneficiarios diferentes** durante todo el periodo de programación y una intensidad media de 476,77€/beneficiario, con la siguiente evolución temporal.

Gráfica 2. Evolución de la ejecución anual de la submedida 3.1



Fuente: elaboración propia a partir de IAE 2017-2025 (anualidades 2016-2024)

El análisis de la submedida 3.1 muestra un aumento continuo en el gasto público total y en la cantidad de personas que se benefician desde 2016 a 2024. En 2016 se inició la ejecución con 235 beneficiarios y un gasto de 35.428 €, pero desde 2017 se observa un crecimiento constante, llegando a 1.579 beneficiarios y 287.594€ anuales en 2024. Aunque el número de personas o entidades beneficiarias se mantiene en torno a 1.400-1.500 anuales y ya que pueden solicitar la ayuda más de un año, **el número final sin cómputo doble asciende a 3.557 titulares de explotaciones desde el inicio del periodo**, que frente al objetivo de 3.500 de explotaciones previstas para la submedida 3.1 en la versión 14 del Programa, supone una ejecución del 101,62%, mientras que la ejecución financiera se sitúa en el 94,47% (submedida 3.1). La intensidad media de ayuda por explotación ha sido de alrededor de 477 euros.

El perfil de las explotaciones beneficiarias de los regímenes de calidad diferenciada en Castilla-La Mancha refleja diversidad de sectores cuyas operaciones se engloban, de forma principal, en la figura de **agricultura ecológica (99,39% de los expedientes de ayuda),** con algunos expedientes asociados a las DOP vitivinícolas (Jumilla, La Mancha, Manchuela, Pago

Guijoso, Pago Los Cerrillos), de aceite (Aceite Campo de Calatrava, Aceite de la Alcarria, Aceite Montes de Toledo), IGP Cordero Manchego, Raza Autóctona, Vinos de la Tierra de Castilla, DOP queso manchego, DOP Calasparra, DOP Miel de la Alcarria, DOP Ajo Morado de las Pedroñeras y DOP Azafrán de la Mancha.

Tabla 15. Ejecución acumulada durante el periodo, por tipo de producto. Submedida 3.1

Producto	Figura de calidad	Nº operaciones	GPT
General	AGRICULTURA ECOLÓGICA	9.770	1.655.525,59
Vino	D.O. JUMILLA	1	15,55
	D.O. LA MANCHA	6	543,91
	D.O. MANCHUELA	5	6.295,81
	D.O. PAGO GUIJOSO	2	486,00
	D.O. PAGO LOS CERRILLOS	3	1.761,36
	VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA	9	6.234,93
Aceite	D.O.P. ACEITE CAMPO DE CALATRAVA	1	1.532,84
	D.O.P. ACEITE DE LA ALCARRIA	1	136,99
	D.O.P. ACEITE MONTES DE TOLEDO	1	44,28
Producción vegetal	D.O.P. AZAFRÁN DE LA MANCHA	17	4.297,89
	D.O.P. CALASPARRA	1	184,20
	I.G.P. AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS	6	16.313,40
Producción animal	D.O.P. MIEL DE LA ALCARRIA	3	981,00
	D.O.P. QUESO MANCHEGO	2	1.090,20
	I.G.P. CORDERO MANCHEGO	2	420,00
	RAZA AUTÓCTONA	4	378,16
Total		9.834	1.696.242,11

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024).*en cómputo único.

En cuanto a la titularidad de las explotaciones**, las mujeres suponen el 35,02% de las personas físicas beneficiarias, con un 3,41% menores de 40 año**s y un 31,61% mayores, mientras que los hombres suponen el 64,98% de los beneficiarios físicos, **con un 15,12% de jóvenes** y un 49,85% mayores de 40 años. Las personas jurídicas, entidades, representan el 13,55% de las explotaciones beneficiarias acumuladas.

Tabla 16. Distribución de las explotaciones en función del titular. Submedida 3.1

INDICADOR			Acumulado	
			Valor	%
N.º de titulares	Mujeres	<= 40 años	105	2,95
		> 40 años	972	27,33
	Hombres	<= 40 años	465	13,07
		> 40 años	1.533	43,10
	Entidades		482	13,55
TOTAL			**3.557**	

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024).*en cómputo único.

Submedida 3.2

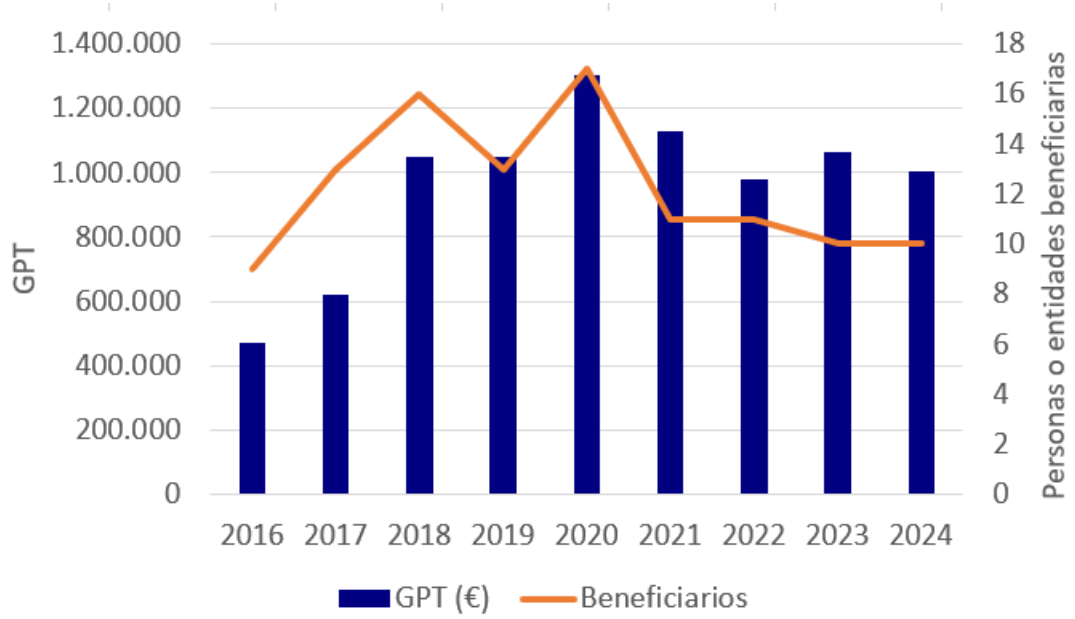
La submedida 3.2, está orientada al apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior, mediante la cual se pretende mejorar la información de los consumidores sobre la existencia y los requisitos de los Programas de Calidad aumentando la conciencia sobre los productos de alta calidad.

Se ha apoyado a 19 asociaciones y organizaciones de productores de los regímenes de calidad existentes en Castilla-La Mancha durante las anualidades 2016-2024, con una intensidad media por entidad de 456.187,37€. Estas entidades se distribuyen territorialmente en su mayoría en Ciudad Real con un total de 7 organizaciones, seguido de Toledo con 5 organizaciones, Cuenca y Albacete con 3 organizaciones cada una y una organización cuya sede se sitúa en la Región de Murcia (Jumilla).

La ejecución acumulada alcanza 8.667.560,12€, el 99,70% de la meta prevista, con la siguiente distribución temporal.

La evolución temporal es positiva en gasto y beneficiarios anuales entre 2016 y 2020, con un máximo de 1,3 millones de € y 17 beneficiarios. A partir de 2021 se observa una descenso tanto en número anual de beneficiarios (11 en 2021, 10 en 2023 y 2024) como en el gasto anual, que se estabiliza en torno al millón de euros anuales.

Gráfica 3. Evolución de la ejecución de la submedida 3.2



Fuente: elaboración propia a partir de IAE 2017-2025 (anualidades 2016-2024)

El sector del vino es el que concentra más operaciones (Ribera del Júcar, Almansa, Cueva, Campo de Calatrava, Manchuela, Uclés, Jumilla, Valdepeñas, Méntrida y La Mancha), junto con el de producción vegetal (Berenjena de Almagro, Ajo Morado de las Pedroñeras y Azafrán de la Mancha) y el aceite (Campo de Calatrava, Campo de Montiel y Montes de Toledo). También se ha apoyado a entidades vinculadas a productos cárnicos (Cordero Manchego), productos ecológicos y del queso (Queso Manchego).

El gasto acumulado se concentra, principalmente, en las acciones destinadas a la promoción del vino y del queso y, en menor medida, aquellas destinadas a la producción vegetal, el aceite, la carne y la producción ecológica, con dotaciones menores.

Tabla 17. Ejecución del periodo 2016-2024 por tipo de producto. Submedida 3.2

PRODUCTO	Operaciones	Expedientes	Gasto Público Total
PRODUCCIÓN ECOLÓGICA	14	5	25.994,29
VINO	266	56	4.012.315,14
ACEITE	68	16	225.202,26
QUESO	18	9	3.903.106,46
PRODUCCIÓN VEGETAL	111	21	447.361,16
CARNE FRESCA	17	5	53.580,81
TOTAL	494	112	8.667.560,12

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

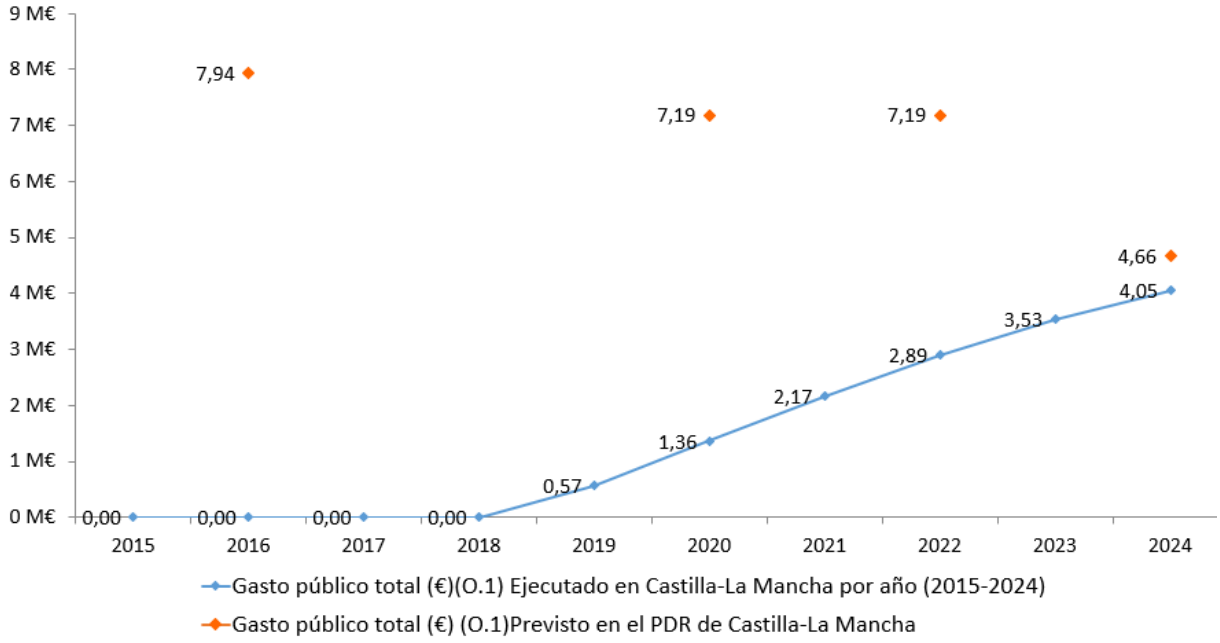
Además de la contribución al objetivo contemplado en la prioridad 3A, también se registra una contribución secundaria acumulada de la submedida 3.1 al objetivo de mejorar la viabilidad de las explotaciones agrarias y la competitividad y mejorar los resultados económicos de todas las explotaciones y facilitar la restructuración y modernización de las mismas, en particular con objeto de incrementar su participación y orientación hacia el mercado, así como la diversificación agrícola (subprioridad 2A) y a promover el desarrollo local en las zonas rurales (subprioridad 6B) de 1.695.858,11€, así como a la prioridad 4- Restaurar, preservar y mejorar los ecosistemas relacionados con la agricultura y la silvicultura con 1.656.122,59€ vinculados a la producción ecológica.

A su vez, con la submedida 3.2 se contribuye de manera secundaria a las subprioridades 2A y 6B, con 8.667.560,12€ y a la prioridad 4 con 25.994,29€.

Operación 9.1.1

La medida 9 del Programa de Desarrollo Rural (PDR) y del Plan Estratégico de la PAC 2023-2027 tiene como objetivo impulsar la formación de grupos y la organización de los productores. Para la creación de agrupaciones y organizaciones de productores del sector agroalimentario, el gasto público total acumulado asciende a **4.048.292,01€, el 86,87% de la meta**, y además, se ha identificado una contribución secundaria al objetivo de creación de empleo (subprioridad 6A) de 3.408.666,25€ acumulados.

Gráfica 4. Evolución de la ejecución de la medida 9



Fuente: elaboración propia a partir de IAE 2017-2025 (anualidades 2016-2024)

Las entidades beneficiarias de la ayuda han sido **15 agrupaciones de productores** (ver Tabla 18), el 100% del objetivo incluido en la 14ª versión del Programa y en las que se han integrado **50 entidades cuyos socios suman 17.364 explotaciones**, el 102,14% de las previstas, aunque este objetivo ha sido revisado a lo largo del periodo de programación. La intensidad media de la ayuda por agrupación beneficiaria es de 269.886,13€.

Tabla 18. Listado de agrupaciones de productores creadas con la medida 9 del PDR

Agrupación	Sector	N.º de socios	Provincia socios
HISPANICA DE COMERCIALIZACION, SDAD.COOP.CLM	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	5	Albacete y Cuenca
BODEGAS MWG-MANCHUELA WINES GROUP S.COOP. DE CLM	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	7	Albacete y Cuenca
ONTALBA, SDAD.COOP.CLM	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	2	Albacete
VIDASOL SDAD. COOPERATIVA DE CASTILLA-LA MANCHA	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	5	Ciudad Real y Toledo
VIÑEDOS DE CASTILLA LA MANCHA, SOC. COOPERATIVA DE CLM	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	10	Toledo
NTRA SRA DE LA MUELA Y LA PAZ , S. COOP CLM	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	2	Toledo
OLINEXO, S.L.	ACEITE DE OLIVA	2	Albacete y Toledo
DOMO PISTACHIO, S.L.	PISTACHO	2	Ciudad Real y Toledo
OLEO VIDABOL, S. Coop. 2º grado	ACEITE DE OLIVA	2	Ciudad Real
CASAS DE LA RIBERA, SDAD.COOP. 2º grado	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	2	Albacete y Cuenca
VIRGEN DE LAS NIEVES Y DEL ROSARIO - BODEGAS ARTESONES, SDAD. COOP. DE CLM.	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	2	Albacete
WINEMILLS, S.L.	MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	2	Ciudad Real y Toledo

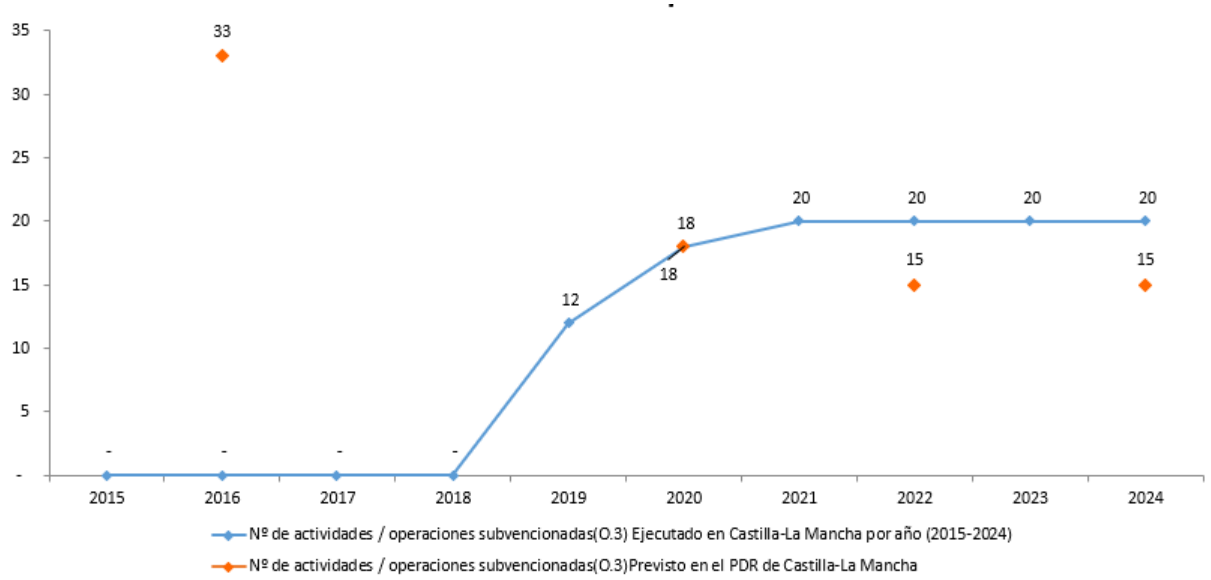
Agrupación	Sector	N.º de socios	Provincia socios
ORO DEL JABALON, SDAD. COOP. DE CLM.	ACEITE DE OLIVA	2	Ciudad Real
FUNGI CLM, S.L.	HONGOS	2	Cuenca
OPAZ, SDAD. COOP. DE CLM.	AZAFRÁN	4	Albacete, Ciudad Real y Toledo

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

Las 15 agrupaciones beneficiarias se localizan en municipios incluidos en zonas con limitaciones naturales (ZLN) y 9 de ellas están en municipios de la Red Natura 2000. Se registran 9 agrupaciones en el sector vitivinícola, 3 en la industria del aceite, 1 en azafrán, 1 en frutos secos y 1 en otra tipología. Hay 4 agrupaciones fomentan los productos ecológicos.

La ejecución de las operaciones se inició en 2019, dado que la convocatoria de 2018 únicamente registró una operación, la cual fue posteriormente desestimada. La operación 9.1.1 presenta una evolución ascendente en sus primeros años, con un gasto que pasa de 566.169 € en 2019 a más de 800.000 € en 2021, acompañado de un incremento de beneficiarios de 6 a 10. A partir de 2022 se observa una estabilización en el número de beneficiarios (10) y una reducción progresiva del gasto, hasta los 515.985 € en 2024, coincidiendo además con un descenso a 5 beneficiarios. Este aspecto es coherente con la forma de aplicarse la intervención, ya que las entidades presentan un plan, para el cual se aprueba una ayuda total, que se reparte en pagos anuales durante 5 años, que van disminuyendo el importe anual conforme avanzan los años.

Gráfica 5. Evolución de la ejecución de la operación 9.1.1



Fuente: elaboración propia a partir de IAE 2020-2025 (anualidades 2019-2024)

Desde la Unidad Gestora, en los diferentes Informes Anuales de Ejecución (IAE) **se ha incidido en la importancia de esta medida para unir estrategias comerciales y lograr una salida al mercado con mayor fuerza posibilitando un mayor éxito en la comercialización de los productos, además de reducir la elevada atomización de las industrias agroalimentarias, especialmente por su gran representación en el medio rural.** Como problemas se ha reiterado la falta de una aplicación informática que permita una

automatización de la tramitación de los expedientes, que implica su control con archivos Excel y la dificultad del sector para emprender actuaciones asociativas, como aspecto cultural.

Operación 9.1.2

La operación 9.1.2, está orientada a la creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal, mediante la que se pretende fomentar el asociacionismo forestal en sus fases más elementales, incentivando la constitución y revitalización de agrupaciones de productores o titulares de explotaciones forestales con objeto de fortalecer o promover la producción adaptando la misma a las exigencias de mercado, mejorar la comercialización mediante la centralización de ventas con ofertas conjuntas y redes de almacenamiento de productos forestales y establecer normas comunes relativas a la información de la producción y a la organización e implantación de procesos innovadores.

Respecto a esta operación se publicó una convocatoria de ayudas en el 2017, en la que únicamente se recibieron dos solicitudes a instancias de Mancomunidad de Municipios de Alto Tajo en la provincia de Guadalajara y de Asociación de Desarrollo Integral de Zarzuela, expediente en la provincia de Cuenca. Debido a la deficiencia en ambas solicitudes se solicitó subsanación de la misma. Pasado el plazo sin subsanar, se remitieron las Resoluciones de desistimiento de la solicitud de ayuda.

El análisis en profundidad de las condiciones que se han aplicado a la operación muestra que la Orden 134/2017 y posterior Resolución del 27/10/2017, estableció como beneficiarias únicamente a las **Agrupaciones de Productores Forestales (APF)** oficialmente reconocidas e inscritas en el nuevo Registro creado al efecto, con un **mínimo de 5 productores** forestales y una estructura jurídica formal similar a las de las organizaciones de productores agrarios, quedando excluidos los productores individuales. Asimismo, todos los miembros debían asumir el compromiso expreso de **comercializar en común el 100% de su producción durante al menos 5 años**.

Estas exigencias de estructura organizativa y compromiso a largo plazo podrían haber desalentado a muchos propietarios forestales, puesto que **en Castilla-La Mancha no existían organizaciones de productores forestales consolidadas tradicionalmente**. En este sentido, se requería crear desde cero **estructuras complejas** en un sector forestal muy atomizado, lo cual se puede interpretar como una **barrera de entrada**.

Los plazos para presentar solicitudes fueron breves, 2 meses desde la resolución del 27/10/2017, para la magnitud de trámites para la formación de una agrupación formal no existente. Además, la Orden excluía situaciones de **posible duplicidad**, con lo que no eran elegibles solicitudes de agrupaciones donde algún integrante perteneciera ya a otra asociación de productores forestales que hubiera solicitado u obtenido esta misma ayuda, con lo que, de esta forma, **los grupos ya existentes no podían reconvertirse fácilmente** a otras si ya tenían socios solapados con otras agrupaciones. La tramitación digital pudo haber tenido influencia, también, en un contexto de brecha digital en el medio rural forestal.

La **intensidad de la ayuda decreciente vinculada al valor de la producción anual** podría haber tenido también implicaciones en pequeños productores debido al esfuerzo de gestionar la agrupación durante años, de cara a los costes administrativos y compromisos de la ayuda,

si el volumen de rendimiento económico es reducido. La operación tenía un sistema de seguimiento anual, que pudo mermar el interés de pequeños productores incapaces de asumir esta **carga administrativa**. En este sentido, en un contexto forestal de producción anual irregular, otras ayudas directas para gestión forestal o inversiones pueden resultar más atractivas que otras líneas de ayuda condicionadas a la comercialización, como es el caso de la 9.1.2, con una cantidad total de 248.768,89€, pudiéndose entender como un **incentivo económico insuficiente** frente al esfuerzo necesario para obtenerlo.

Respecto a los **criterios de selección, la ayuda** se otorgaba en régimen de **concurrencia competitiva**, con criterios que premiaban el tamaño de la agrupación y la creación de empleo entre otros, lo que podría haber **desincentivado a pequeños proyectos modestos** a concurrir bajo una posible percepción de que sólo proyectos muy grandes o innovadores tendrían opciones de acceder a la ayuda.

En resumen, se pueden identificar una **serie de posibles causas**, desde el punto de vista del diseño de la operación y condicionadas, en parte por el Reglamento 1305/2013, que podrían haber tenido influencia en su escaso éxito:

- Brevedad de los plazos de solicitud
- Requisitos administrativos y técnicos complejos
- Exigencias de reconocimiento formal de la agrupación
- Requisitos del Plan Empresarial
- Criterios de seguimiento y evaluación exigentes y restrictivos
- Intensidad de la ayuda modesta y modalidad de pagos poco atractiva frente a otro tipo de ayudas
- Incompatibilidad y exclusiones
- Procedimientos de gestión poco flexibles

Respecto al **Reglamento 1305/2013** y su artículo 27, citados en la modificación versión 8.1 como causa atribuida de la baja participación de la 9.1.2 por su **dificultad de aplicar en el sector forestal**, se ha analizado su papel condicionante en el diseño de la operación.

El artículo 27 establecía una serie de exigencias para este tipo de ayudas que estaban **pensadas principalmente para el sector agrario** y podrían haberse constituido como un condicionante negativo para el sector forestal:

- **Necesidad de reconocimiento oficial sobre la base de un plan empresarial**, con el **compromiso de los objetivos a 5 años**, condicionando el último pago de la ayuda a la verificación de los objetivos del plan empresarial en el quinto año. Esta necesidad de agrupación formal estaba encaminada a la creación de grupos organizados adaptados al mercado y hacia una concentración de la oferta, con actividades innovadoras y no hacía productores individuales. En consecuencia, **el diseño de la ayuda se enfocó en nuevas entidades** (o reestructuradas) y no en la financiación, por ejemplo, de cooperativas forestales ya establecidas. Tal y como se mencionaba anteriormente, la producción forestal anual puede ser irregular y afectar a su validación en el quinto año o requerir más tiempo para percibir el impacto de estas medidas, con

lo que esta situación, junto a su orientación hacia nuevas entidades, pudo **restar atractivo**.

- El artículo 27 induce a que las organizaciones tengan una **estructura inspirada en la de las de productores agrarios**, con actividades habituales de este sector como las exigencias de pertenencia exclusiva, adopción de normas comunes de producción e información, la centralización obligatoria de la comercialización de cosecha de socios, etc., **excesivamente rígidas para un sector forestal caracterizado por producciones polivalentes en un mismo productor** (leña, setas, caza, explotación de resinas, etc.) con distintos posibles circuitos comerciales. La exigencia de encuadrarse en una sola organización por producto y la canalización de toda la producción a través de este pudo también reducir el interés en este tipo de productores.
- La ayuda en forma de **pagos degresivos** limitados a un porcentaje de la producción comercializada, tal y como se ha comentado, pudo haber tenido incidencia, si bien es cierto que estas ayudas se plantean como un incentivo temporal para que las agrupaciones puedan alcanzar viabilidad económica propia con el tiempo. En cualquier caso, la modalidad única de ayuda asociada al valor de la producción como condicionando normativo europeo obligatorio pudo haber **desviado el interés hacia otras tipologías de ayudas más atractivas** como el reembolso de costes.
- La **restricción para agrupaciones ya existentes**, que condicionó la Orden, llevó a excluir agrupaciones constituidas con anterioridad, ya que únicamente serían elegibles si acababan de ser reconocidas tras entrar en vigor el programa y con exigencias para evitar doble financiación.

Este Reglamento, por tanto, tuvo una gran incidencia sobre el diseño de la operación 9.1.2, con unas características impuestas hacia estas ayudas que habían funcionado en el sector agrario (criterios de elegibilidad, forma de ayuda, intensidad, seguimiento, etc.) pero que, en la idiosincrasia del sector forestal manchego, pudieron tener un **efecto disuasorio**.

Desde la unidad gestora, en cuanto a los problemas con la medida, se hizo referencia a que la medida imponía **muchos condicionantes para percibir la ayuda**, de manera equivalente a como se hacía en el sector agrario y que era **muy poco dinero para impulsar las actuaciones que se exigen**, en un sector poco estructurado y con dificultades para cumplir con los requerimientos administrativos del diseño de la medida.

La Administración intentó facilitar la tarea organizativa en el caso de los beneficiarios que pertenecían a la Administración Pública (ayuntamientos) pero ni aun así se pudo cumplir con los requerimientos. La valoración concluía con el aprendizaje de que, **salvo que se cambiara el diseño de la operación y se ajustara a lo que el sector forestal podía aportar, no iba a tener ninguna demanda.**

Una vez analizada la normativa asociada a la operación 9.1.2, se pueden extraer una serie de posibles **condicionantes** en el fracaso relativo de la operación:

- **Nuevos beneficiarios**: La Orden 134/2017, como exigencia del Reglamento, definió como público beneficiario u objetivo a las Agrupaciones de Productores Forestales

inscritas con un plan empresarial, lo que redujo parte del público objetivo. La política europea prioriza formar nuevas entidades para cubrir un vacío organizativo pero deja fuera el apoyo a entidades ya operativas. Así, la Orden 134/2017, siguiendo esa directriz, no pudo, por ejemplo, destinar fondos a modernizar o ampliar cooperativas forestales ya existentes salvo que se transformaran en nuevas APF reconocidas. Además, es necesario señalar que en el propio diseño del Programa, en la descripción del tipo de operación, la Autoridad de Gestión de CLM ya señalaba una falta de organización histórica *"En el ámbito de la producción forestal, Castilla-La Mancha se caracteriza por su falta de organización no existiendo en este Sector, a excepción del subsector cinegético, asociaciones o agrupaciones de titulares de explotaciones o productores, ni organizaciones dedicadas a la recogida, transformación, movilización y comercialización de los productos forestales que puedan autorregular los aspectos más esenciales de su actividad o desempeñar simplemente el papel de interlocutor de este Sector. Incluso en el subsector cinegético, las asociaciones que existen no desarrollan plenamente el potencial que se podría alcanzar*. La falta de cultura asociativa en este contexto ya era evidente en el diseño del Programa.

- **Compromiso de comercialización conjunta del 100% de la producción derivado del artículo 27 de la UE**: Este requisito estricto de la Orden, heredado de las organizaciones de productores agrarias (para evitar dobles vías de venta) pudo haber reducido el interés de posibles socios debido a que podría limitar su autonomía en productos forestales incipientes o poco desarrollados, con el planteamiento de tipo "todo o nada".
- **Exclusividad de miembros y mínimo de 5 productores**: El Reglamento no fija un número mínimo de miembros pero se optó, a nivel regional, por un umbral mínimo de 5 productores, similar al de otras regionales. La cláusula de exclusividad pretendía evitar que un mismo productor recibiera varias subvenciones uniéndose a varios grupos, con lo que se diseñó siguiendo las Directrices de ayudas que dicta la UE sobre acumulación de ayudas.
- **Plan empresarial a 5 años y seguimiento del control de resultados**: La Orden reproducía lo indicado en el Reglamento, orientándola hacia la consecución e identificación de la verificación del logro de una mejora real en la comercialización de la actividad forestal pero implicaba una carga de gestión administrativa elevada que pudo tener efectos desalentadores en el atractivo para su petición.
- Intensidad de la ayuda decreciente: El diseño parte de lo indicado en el Reglamento en cuanto a la inflexibilidad en este aspecto para su diseño, lo que pudo resultar en que otras formas de ayuda de otras líneas fueran más atractivas.

7. Respuestas a la pregunta de evaluación

7.1. PCE n.º 1: ¿En qué medida las intervenciones del PDR han contribuido a mejorar la competitividad de los productores primarios subvencionados, integrándolos más en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadiendo valor a los productos agrícolas, promocionando los mercados locales y los circuitos de distribución cortos, las agrupaciones de productores y las organizaciones interprofesionales?

7.1.1. Introducción. Información general.

De todas las medidas programadas en el Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha (PDR) 2014-2022, aquellas previstas para contribuir al objetivo de mejorar la **competitividad de los productores primarios subvencionados, integrándolos más en la cadena agroalimentaria** a través de regímenes de calidad, añadiendo valor a los productos agrícolas, promocionando los mercados locales y los circuitos de distribución cortos, las agrupaciones de productores y las organizaciones interprofesionales son varias, entre las que se encuentran aquellas que impulsan:

- La formación (M1),
- El asesoramiento (M2),
- El apoyo a la agroindustria (M4.2),
- El bienestar animal (M14),
- El apoyo a Grupos operativos y proyectos piloto en el ámbito de la cooperación (M16.1 y M16.2) y
- La cooperación horizontal y vertical entre agentes de la cadena agroalimentaria, con el apoyo al desarrollo de cadenas cortas y mercados locales y actividades de promoción local (M16.4)

Además, también se encuentran aquellas objeto de esta evaluación, como la medida 3, que incluye las submedidas 3.1 y 3.2 y busca incentivar la participación de agricultores y ganaderos en regímenes de calidad reconocidos y apoyar la promoción de la producción en el mercado interior para luchar contra la barrera del coste y la complejidad de los procesos de certificación y de los sellos de calidad en un entorno de mercados cada vez más competitivos y globalizados, y la medida 9, programada a través 9.1.1 y 9.1.2, que se orienta a la promoción de la cooperación entre productores mediante la creación de agrupaciones que favorezcan la comercialización conjunta y el acceso a nuevos mercados.

Tal y como se ha señalado en la descripción de ambas medidas cumplen un papel esencial en el impulso de la diferenciación de la producción a través de regímenes de calidad y su comercialización, además de en el fortalecimiento de la organización económica de los productores mediante agrupaciones reconocidas.

El estudio de estas medidas se contextualiza dentro de un marco teórico que enfatiza la relevancia estratégica de la inclusión de los productores primarios en la cadena de valor. La economía de los costes de transacción ilustra cómo la colaboración entre productores disminuye la fragmentación y optimiza la eficiencia en la comercialización y reduce riesgos. En este contexto del mercado, la teoría de la acción colectiva resalta la importancia de la

confianza y del capital social como elementos clave para que los agricultores y ganaderos se unan en proyectos colaborativos, mientras que el enfoque de cadenas de valor facilita la comprensión de cómo la diferenciación a través de regímenes de calidad y el fortalecimiento de las agrupaciones afectan la distribución del valor añadido a lo largo del proceso. Por último, la teoría de señales ofrece una perspectiva valiosa para entender cómo los sellos de calidad comunican atributos de confianza a los consumidores y validan la diferenciación de los productos en los mercados.

Estas ayudas constituyen herramientas que permiten financiar costes iniciales que podrían resultar limitantes y facilitan la promoción y visibilidad de los productos en el mercado, lo que, por un lado, promueve la adopción de estándares de calidad y, en el caso de las agrupaciones de productores, luchar contra la fragmentación de la oferta y favorecer el acceso a economías de escala.

La contribución esperada de las medidas 3 y 9 a la subprioridad 3A se produce a través de los distintos efectos, entre los que se encuentran:

- El incremento del número de productores certificados en regímenes de calidad;
- El fortalecimiento del reconocimiento y la demanda de estos productos gracias a actividades de promoción;
- La mejora de la eficiencia y del poder de negociación de los productores organizados en agrupaciones; y, en último término,
- mayor valor añadido y una participación más justa de los productores en el precio final de los productos.

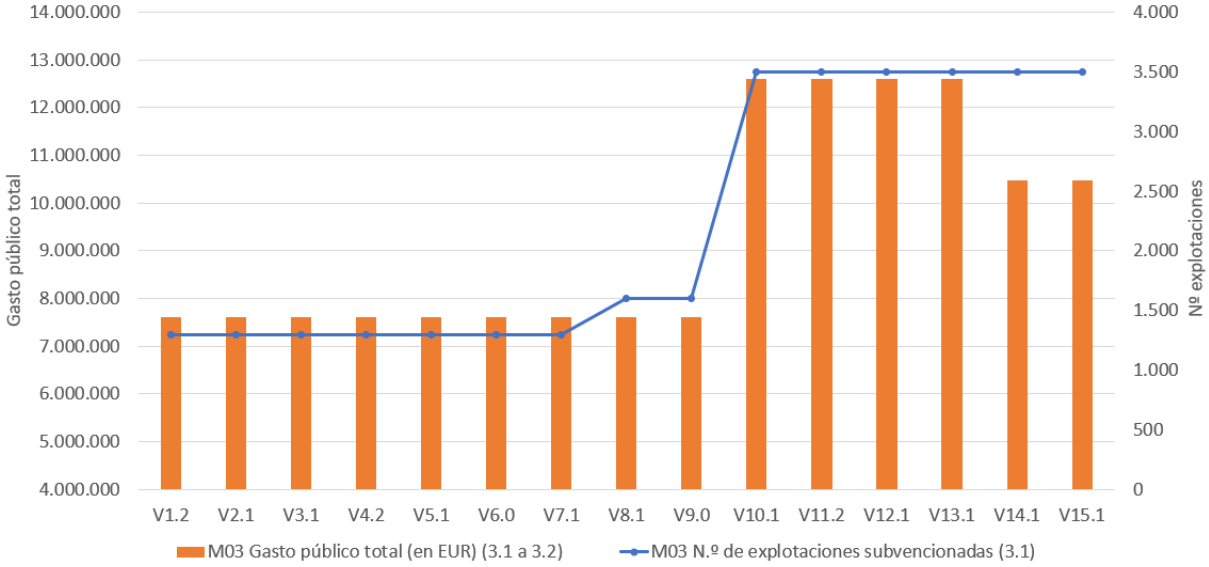
La falta de ejecución de la operación 9.1.2 en el sector forestal obliga, además, a incorporar un análisis específico sobre las barreras normativas, administrativas y estructurales que han limitado su desarrollo, con el fin de extraer recomendaciones para el diseño de futuras intervenciones.

7.1.2. Resultados

7.1.2.1. La aplicación de regímenes de calidad por parte de los productores primarios ha aumentado (M3)

El Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha ha incluido la medida 3 como herramienta para el fomento de la participación de los productores en figuras de calidad diferenciada (DOP), IGP, producción ecológica, etc.), con un objetivo inicial de 1.300 explotaciones, que se ha revisado al alza en dos ocasiones para atender la demanda registrada y para incluir los fondos relativos a la transición entre periodos de programación, que consideraba dos anualidades adicionales en el periodo 2014-2022.

Gráfica 6. Evolución de los objetivos previstos para la medida 3 en gasto público total y en explotaciones apoyadas



Fuente: versiones de los Programas de Desarrollo Rural

Desde que comenzó el PDR 2014-2022, ha habido un aumento progresivo en la participación de explotaciones agrícolas de Castilla-La Mancha en sistemas de calidad diferenciada. En 2016, el primer año de implementación de la medida 3, se apoyó la adhesión de 235 explotaciones a figuras de calidad. Esto representaba alrededor del 18 % del objetivo original del programa (1.300 explotaciones planeadas en la versión inicial del PDR). Desde entonces, el total de beneficiarios aumentó con cada convocatoria anual, hasta llegar a **1.241 explotaciones únicas beneficiarias al cierre de 2018**, lo cual representa el 95% del objetivo previsto inicialmente (IAE 2019). En 2020, al revisar los objetivos por la inyección de fondos adicionales a los considerados inicialmente (EURI y transición), **se elevó el objetivo a 3.500 explotaciones**, cifra que permaneció igual hasta la versión final 14. Con la extensión del periodo de programación y las nuevas convocatorias, la medida logró alcanzar la cifra de **3.557 explotaciones apoyadas hasta 2024**, superando ligeramente el objetivo revisado (+1,62%) (IAE 2025). En cuanto a los aspectos financieros, la ejecución también ha sido alta, ya que se ha alcanzado el 94,5% del gasto programado (10,36 M€).

Se ha incentivado la nueva participación en regímenes de calidad de 3.557 explotaciones, por encima del objetivo previsto

Tabla 19. Nº de nuevas explotaciones por figura de calidad en los que ha impulsado la participación la submedida 3.1.

Figura de calidad	Nº nuevas explotaciones
AGRICULTURA ECOLÓGICA	3.537
D.O. JUMILLA	1
D.O. LA MANCHA	6
D.O. MANCHUELA	3
D.O. PAGO GUIJOSO	1
D.O. PAGO LOS CERRILLOS	1
D.O.P. ACEITE CAMPO DE CALATRAVA	1
D.O.P. ACEITE DE LA ALCARRIA	1
D.O.P. ACEITE MONTES DE TOLEDO	1
D.O.P. AZAFRÁN DE LA MANCHA	9
D.O.P. CALASPARRA	1
D.O.P. MIEL DE LA ALCARRIA	1
D.O.P. QUESO MANCHEGO	2
I.G.P. AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS	2
I.G.P. CORDERO MANCHEGO	1
RAZA AUTÓCTONA	1
VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA	7
TOTAL EXPLOTACIONES SIN CÇOMPUTO DOBLE	3.557

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024). Nota: hay explotaciones que se acogen a más de una figura de calidad

La **distribución por sectores** refleja una clara **predominancia de la agricultura ecológica** sobre el resto de figuras de calidad. La certificación ecológica (IAE 2025) representaba, al cierre de 2024, el 99% del total de pagos acumulados bajo la submedida 3.1 y el 99,3% de las operaciones apoyadas. Por otro lado, la inclusión en otras denominaciones de calidad ha sido testimonial, con unas 26 operaciones acumuladas uniones a figuras de calidad del vino, a la DOP Queso Manchego, a la IGP Cordero Manchego o a la DOP Miel de La Alcarria, entre otras (IAE 2025).

La mayor parte de las 3.557 explotaciones, se ha acogido a la producción de agricultura ecológica, aunque también se ha apoyado a otros regímenes de calidad

Esta concentración en la producción ecológica es el resultado de la relevancia de este sector en la región, con una base de producción ecológica muy amplia, una de la regiones con más superficie ecológica, y de la **complementariedad con la medida 11**, que apoya a quienes transforman o mantienen prácticas ecológicas y la M3.1 como estímulo adicional para atender los gastos de certificación. No obstante, aunque minoritaria en términos numéricos, también **se ha apoyado la participación de explotaciones en otros regímenes de calidad reconocidos,** como algunos productores a DOP e IGP de vino (vinos de La Mancha, Manchuela, etc.), a DOP de aceite de oliva (Aceite de La Alcarria, Montes de Toledo), a la DOP Miel de La Alcarria, a la DOP Queso Manchego o a la IGP Cordero Manchego.

El apoyo del PDR está actuando en un contexto en que se están produciendo cambios en las denominaciones de calidad que podrían apuntar dos tendencias simultáneas: una **concentración y selección en la agricultura**, que refuerza el procesamiento y la comercialización, y **marcadas diferencias territoriales y sectoriales** en la actividad de las denominaciones, como se observa en la Tabla 20.

Tabla 20. Ejemplos de impacto en número de productores en figuras de calidad

Producto	Factores prod. 2015	Factores prod. 2023	Explotaciones inscritas 2015	Explotaciones inscritas 2023	Industrias 2015	Industrias 2023
Queso Manchego (DOP) 3.1 | 3.2	531.091 cabezas	519.378 cabezas	759 explotaciones	538 explotaciones	64 queserías	74 queserías
Cordero Manchego (IGP) 3.1 | 3.2	40.000 cabezas	60.000 animales	383 explotaciones	245 explotaciones	4 industrias	4 industrias
Miel de La Alcarria (DOP) 3.1	9.785 colmenas	14.268 colmenas	40 productores	51 productores	8 envasadores	4 envasadores
Ajo Morado de Las Pedroñeras (IGP) 3.1 | 3.2	3.472 hectáreas	1.309 hectáreas	590 agricultores	142 agricultores	5 industrias	7 industrias
Azafrán de La Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	116 hectáreas	93 hectáreas	631 agricultores	179 agricultores	280 industrias / instalaciones	190 industrias / instalaciones
Berenjena de Almagro (IGP) 3.2	49 hectáreas	SD	38 agricultores	SD	5 industrias	SD
Melón de La Mancha (IGP)	321 hectáreas	266 hectáreas	67 agricultores	38 agricultores	8 almacenes	10 almacenes
Aceite Montes de Toledo (DOP) 3.1 | 3.2	35.829 hectáreas	35.000 hectáreas	8.467 agricultores	8.550 agricultores	32 almazaras 25 envasadoras / comercializad.	31 almazaras 30 envasadoras/ comercializad.
Aceite Campo de Montiel (DOP) 3.1 | 3.2	28.986 hectáreas	26.325 hectáreas	6.690 agricultores	7.100 agricultores	14 almazaras 8 envasadoras / comercializad	10 almazaras 9 envasadoras / comercializad
Aceite Campo de Calatrava (DOP) 3.1 | 3.2	22.073 hectáreas	22.123 hectáreas	1.886 agricultores	1.907 agricultores	5 almazaras 5 envasadoras / comercializad	7 almazaras 7 envasadoras / comercializad
Aceite de La Alcarria (DOP) 3.1	28.335 hectáreas	28.335 hectáreas	670 agricultores	543 agricultores	3 almazaras 1 envasadora / comercializad	4 almazaras 4 envasadoras / comercializad
Arroz Calasparra (DOP) 3.1	927 hectáreas	846 hectáreas	187 agricultores	136 agricultores	15 industrias	2 industrias
Vino Almansa (DO) 3.2	7.200 hectáreas	9.800 hectáreas	760 viticultores	760 viticultores	12 bodegas	11 bodegas
Vino La Mancha (DO) 3.1 | 3.2	163.167 hectáreas	151.870 hectáreas	15.802 viticultores	13.760 viticultores	252 bodegas	229 bodegas
Vino Manchuela (DO) 3.1 | 3.2	6.079 hectáreas	13.431 hectáreas	791 viticultores	1.207 viticultores	31 bodegas	37 bodegas
Vino Méntrida (DO) 3.2	5.645 hectáreas	5.800 hectáreas	1.243 viticultores	1.247 viticultores	26 bodegas	26 bodegas
Vino Mondéjar (DO)	421 hectáreas	358 hectáreas	300 viticultores	300 viticultores	2 bodegas	2 bodegas
Vino Ribera del Júcar (DO) 3.2	9.050 hectáreas	6.779 hectáreas	895 viticultores	850 viticultores	10 bodegas	11 bodegas
Vino Uclés (DO) 3.2	1.700 hectáreas	1.700 hectáreas	530 viticultores	520 viticultores	4 bodegas	4 bodegas
Vino Valdepeñas (DO) 3.2	22.461 hectáreas	13.316 hectáreas	2.559 viticultores	1.474 viticultores	34 bodegas	12 bodegas
Vino Castilla (IGP) 3.1 | 3.2	58.977 hectáreas	153.415 hectáreas	5.939 viticultores	14.365 viticultores	224 bodegas	203 bodegas
Vino Jumilla (DO)	21.620 hectáreas	22.473 hectáreas	1.959 viticultores	1.495 viticultores	43 bodegas	39 bodegas

Producto	Factores prod. 2015	Factores prod. 2023	Explotaciones inscritas 2015	Explotaciones inscritas 2023	Industrias 2015	Industrias 2023
Vino Pago Guijoso (VP)	58 hectáreas	58 hectáreas	1 viticultor	1 viticultor	1 bodega	1 bodega
Vino Pago Los Cerrillos (VP)	-	34 hectáreas	-	1 viticultor		1 bodega

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2015 y 2023. SD: Sin datos. NOTA: Se han incluido las principales figuras de calidad diferenciada, con datos comparables disponibles durante el periodo de estudio. En gris se han señalado aquellas en las que no se ha registrado ninguna solicitud de ayuda para participar en la figura de calidad en el marco de la submedida 3.1.

En el caso del **Queso Manchego (DOP**), el número de explotaciones disminuye entre 2015 y 203 en un 29% y el de cabezas acogidas a la figura de calidad en un 2%. Las explotaciones pasan a tener una media de 700 cabezas a 965 cabezas por lo que se incrementa el tamaño medio y aumenta la productividad al pasar a una producción comercializada mayor, con un menor número de explotaciones y de cabezas. En este contexto con la submedida 3.1 sólo se ha incidido en 2 explotaciones nuevas acogidas, el 0,3% de las explotaciones existentes en 2023.

> En la mayor parte de los sectores donde se aplica la calidad diferenciada se está produciendo concentración de la producción

Las explotaciones acogidas a la figura de calidad de **Cordero Manchego (IGP)** han registrado una tendencia diferente, ya que desde 2015 se han aumentado las cabezas, y han disminuido las explotaciones, en lo que parece un proceso de profesionalización del sector, aumentando las cabezas por explotación, de 104 a 245. En este caso, las industrias se han mantenido estables, aunque la productividad ha descendido si se tiene en cuenta la producción comercializada. La submedida 3.1 ha impulsado la acogida de una sola explotación a la figura de calidad.

En cuanto a la **DOP Miel de La Alcarria**, se ha incrementado tanto el número de colmenas, pasando a tener 14.268 en 2023 y el número de apicultores, incrementándose un 27,5% los registrados en 2015, para llegar a 2023. En este contexto, la ayuda ha contribuido apoyando a un nuevo apicultor dentro del régimen de calidad. No obstante, la miel registró un importante descenso en su comercialización en 2023, probablemente acusando la incidencia de la climatología, entre otros aspectos y en este contexto, las entidades envasadoras registraron un descenso del 50% en este periodo.

En el **Ajo Morado de Las Pedroñeras (IGP)**, se observa un importante descenso en 2023 la superficie cultivada del 62% y en el número de agricultores, del 75% de los datos registrados en 2025 aunque hay un aumento de las industrias, que pasan de 5 a 7. Las explotaciones pasan de tener una media unitaria de 5,9 ha a 9,2 ha, con una productividad mayor a tenor del incremento de la producción comercializada bajo la figura de calidad. En este contexto con la submedida 3.1 sólo se ha incidido en 2 explotaciones nuevas acogidas, el 1,4% de las explotaciones existentes en 2023.

En el **Azafrán de La Mancha (DOP)**, está acusando un descenso tanto de la superficie cultivada, del 20%, como del número de agricultores, en un 71% e instalaciones, en un 32%, en los que inciden la falta de profesionalización del sector, fundamentalmente. A pesar de

esto, las explotaciones han aumentado la media de superficie, pasando de 0,18 ha a 0,52 ha y un mayor rendimiento, como muestran las cifras de comercialización acogidas a la figura de calidad. En este contexto con la submedida 3.1 se ha incidido en 9 explotaciones nuevas acogidas, lo que supone una repercusión del 5% de las explotaciones existentes en 2023.

En el **Aceite Montes de Toledo (DOP),** la superficie agrícola disminuye un 2% respecto a 2015, hay un 1% más de explotaciones acogidas, por lo que la superficie media por explotación disminuye de 4,23 ha en 2015 a 4,09 ha en 2023, con una mayor productividad por explotación si se tiene en cuenta las toneladas comercializadas que han registrado un aumento importante en 2025. También se registra una ligera disminución de las almazaras y un aumento de las envasadoras/comercializadoras, lo que puede apuntar a un mayor enfoque en la etapa de diferenciación y valor añadido (envasado, marca, distribución). Esta misma tendencia, de aumento de superficie y de explotaciones acogidas a la figura de calidad es la que se registra en la **DOP de Aceite Campo de Calatrava**, aunque en este caso, tanto las almazaras como las envasadoras registran un incremento durante el periodo, pese al descenso en la comercialización registrado. En este caso, la ayuda contribuye con una nueva explotación en cada una de ellas. En cambio, en la **DOP de Aceite de La Alcarria** se registra un proceso de concentración de superficie al mantenerse esta estable pero disminuir las explotaciones, aumentando así la base territorial unitaria. Las almazaras y envasadoras creen significativamente, así como la producción comercializada. La ayuda también contribuye a la nueva participación de una explotación.

En el sector vitivinícola, se observan divergencias: La Mancha reduce la superficie, los viticultores y las bodegas, en lo que puede parecer un ajuste estructural, mientras que Manchuela casi duplica la superficie y aumenta el número de operadores, mostrando una tendencia diferente. Valdepeñas reduce notablemente su superficie y sus bodegas. Por otro lado, la IGP Vino de la Tierra de Castilla amplía de forma importante su superficie, casi triplicando la de 2015 y el número de viticultores, al tiempo que disminuye el número de bodegas en un 9%.

Por otro lado, la principal incidencia de la ayuda se ha registrado en el apoyo a 3.537 nuevos productores de **agricultura ecológica**, desde el 2013, lo que significa que se ha apoyado al 37% de aquellos registrados en 2024, lo que junto a la medida 11 de apoyo a las personas que aplican compromisos de agricultura y ganadería ecológicas en sus explotaciones, entre otros aspectos, ha contribuido a que los productores se incrementen en un 49% durante el periodo de programación y la superficie aumente un 73%.

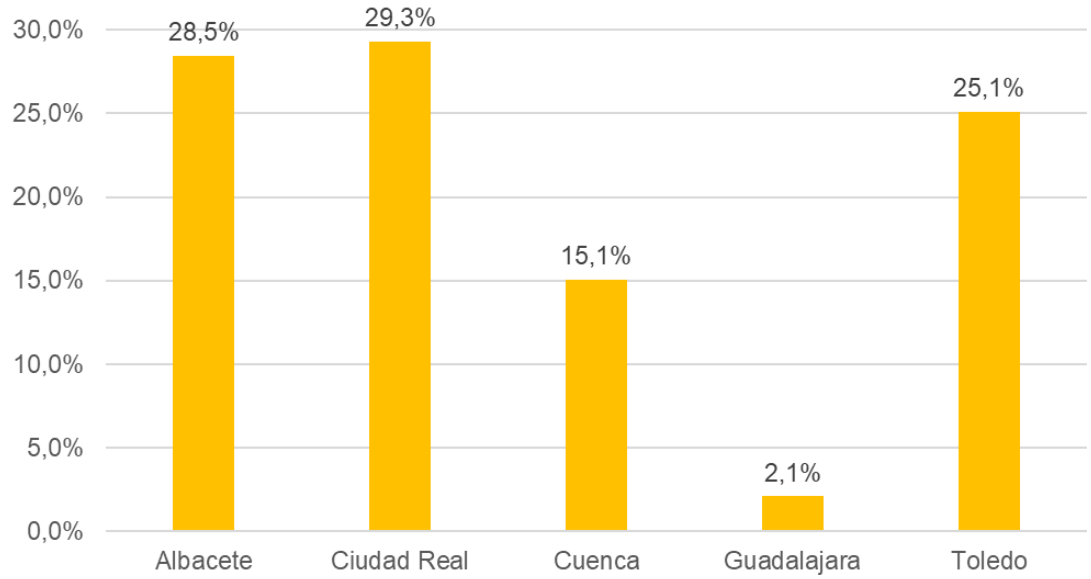
El mayor apoyo se ha producido en agricultura ecológica que ha resultado complementaria con la medida 11

Más allá de los aspectos cuantitativos ofrecidos por la ejecución de la medida, se ha consultado a las personas que han percibido la ayuda por aspectos relacionados con el ejercicio de la agricultura y la producción bajo la calidad diferenciada.

La participación, como se ha visto, ha tenido una tasa de respuesta útil del 17,78%, con la colaboración de 232 personas que han respondido a la encuesta de manera completa. Estas

personas representan a toda la región, aunque con menor proporción de la provincia de Guadalajara, como se observa en la tabla siguiente.

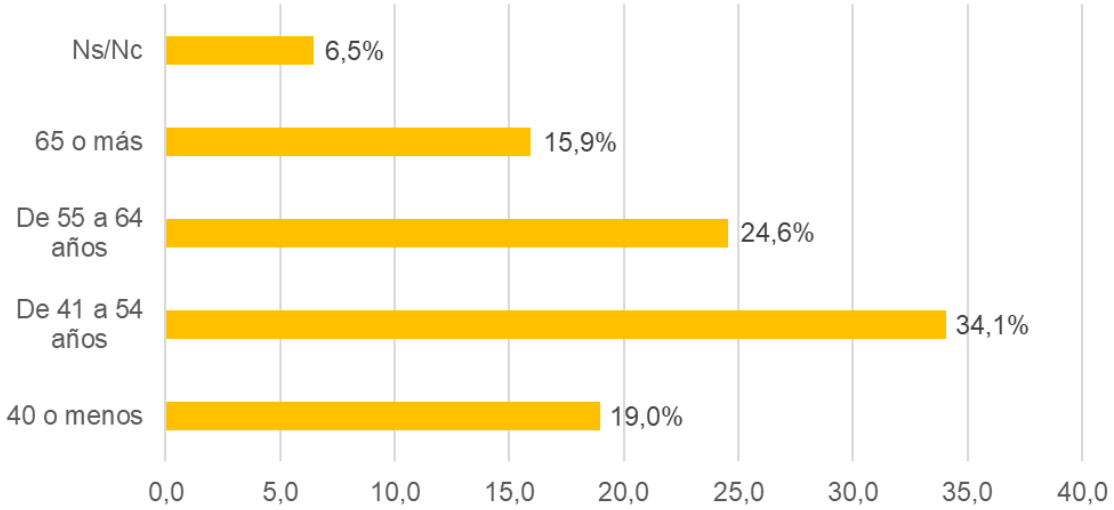
Gráfica 7. Localización de las explotaciones de las personas que han respondido a la encuesta beneficiarias de la medida 3.1 sobre participación en regímenes de calidad en Castilla-La Mancha.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

La mayor parte de las personas, beneficiarias de la submedida 3.1 sobre primera participación en regímenes de calidad y que han respondido a la encuesta se encuentran en el grupo de edad entre 41 y 54 años, con el 34,1% del total. A este grupo le sigue el de 55 a 64 años, con un 24,6%. También se observa una presencia significativa de beneficiarios menores de 40 años, que alcanzan el 19%. Este aspecto refleja la predisposición a la tecnología de las personas en rangos de edad inferiores.

Gráfica 8. Edad de las personas participantes en la encuesta de la submedida 3.1, sobre participación en regímenes de calidad.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

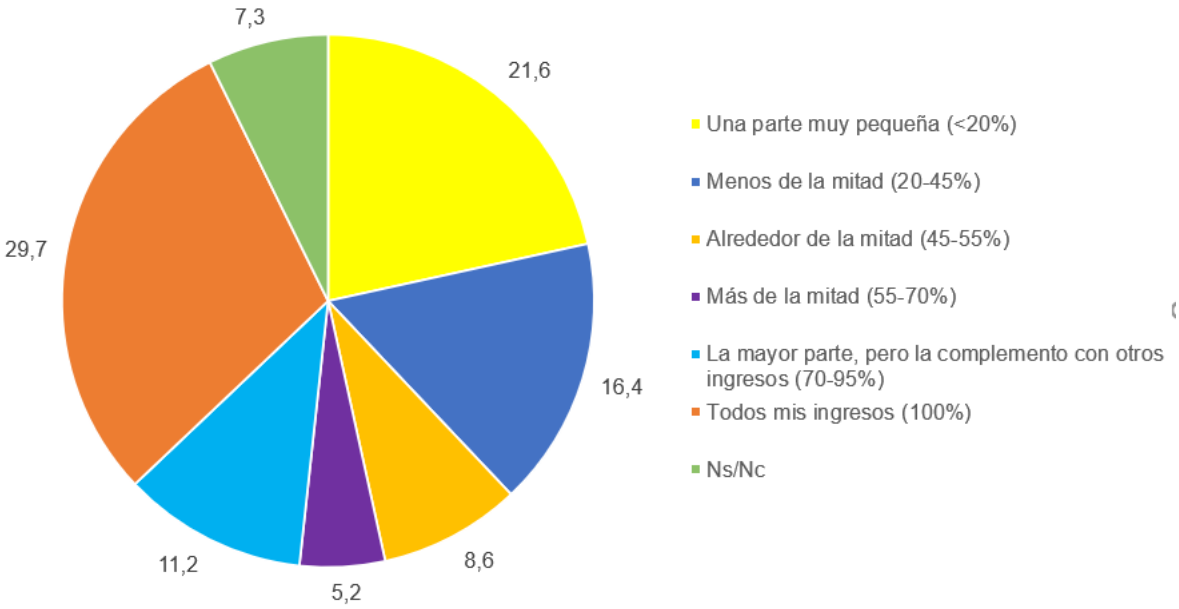
También se refleja en las encuestas una proporción similar de mujeres y hombres a la que se recoge en el censo agrario, mostrando la masculinización del sector, con un 28% de mujeres frente al 67,7% de hombres, según las respuestas recogidas, en las que hay un 4,3% de personas que prefiere no decir su género.

Del total de personas que han respondido a la encuesta, el 18,1% tiene sus explotaciones en zonas de la Red Natura 2000, una proporción similar a aquellas explotaciones que se encuentran en zonas de montaña, con el 17,2%.

Los **ingresos agrarios** suponen casi la totalidad de la renta para el 29,7% de las personas que han respondido a la encuesta, y más del 70% para el 40,9%. Destaca que para el 21,6% los ingresos agrarios suponen una parte muy pequeña en el total de la renta y para el 37,9% suponen menos de la mitad de su renta total. La renta agraria disminuye respecto a este resultado si se relativiza en el total de la unidad familiar, según los resultados obtenidos.

Los ingresos agrarios superan el 70% del total de la renta para el 40,9% de las personas que han participado en la encuesta

Gráfica 9. Proporción de los ingresos de la agricultura en el total de la renta



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

En el 17,2% de las respuestas se señala que se realizan otras **actividades complementarias**, además de la actividad principal agraria (Ej. Producción de productos, agroturismo, venta directa, actividades forestales, otros sectores, transformación del producto, etc.). De las personas que han respondido que ejercen actividades complementarias, destaca que el 59,0% trabaja en otros sectores. También es significativa la proporción de personas que impulsan la mejora del valor añadido de sus producciones, bien por vender directamente en la propia explotación, el 7,7% o en el mercado o asociaciones de consumidores, el 15,4% del total, o por transformar el producto propio, el 12,8%.

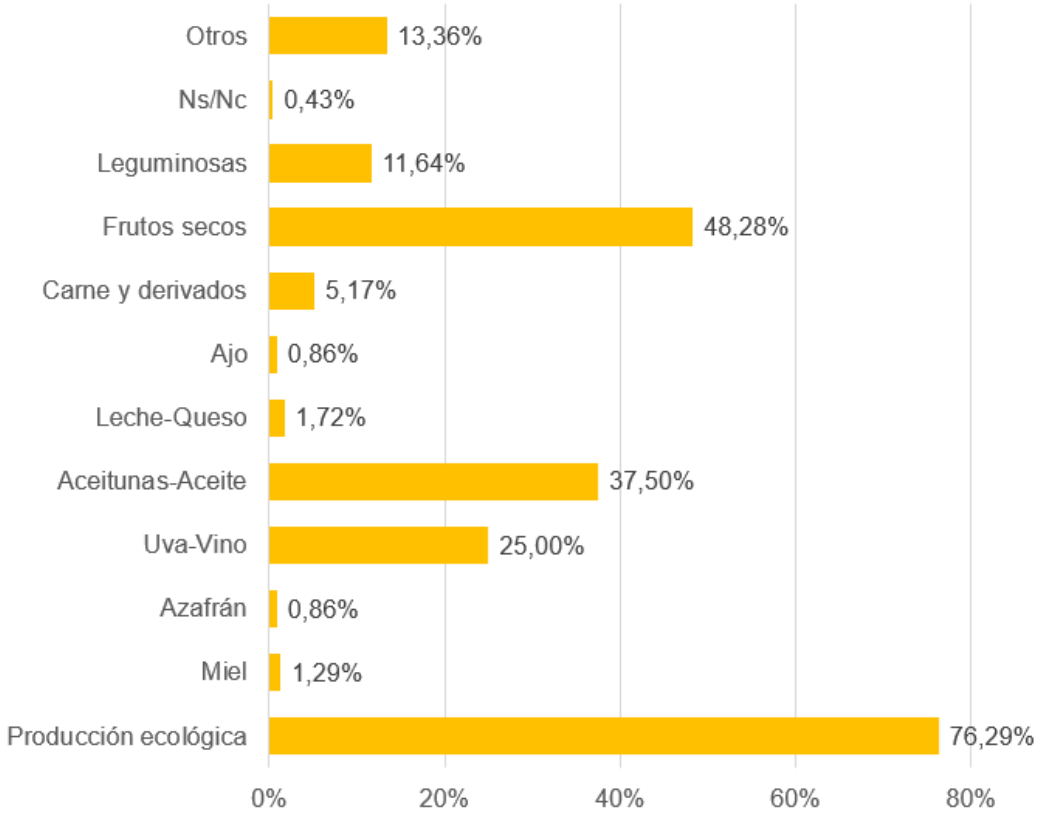
El 17,2% de las personas que han participado en la encuesta realizan actividades complementarias a la agraria, entre la que destaca el trabajo en otros sectores

Gráfica 10. Actividad complementaria a la actividad agraria.

Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

Las personas que han respondido a la encuesta incluyen en sus explotaciones las figuras de calidad apoyadas, con la mayor representación de la agricultura ecológica, con el 76,29%, reflejo del resultado de la ejecución de la ayuda, aunque incluyen otras en mayor proporción que las apoyadas, como las de aceite, vino, por lo que las respuestas recogerán opiniones con un mayor alcance sobre las figuras de calidad diferenciada.

Gráfica 11. Producciones en las explotaciones de las personas beneficiarias de la submedida 3.1



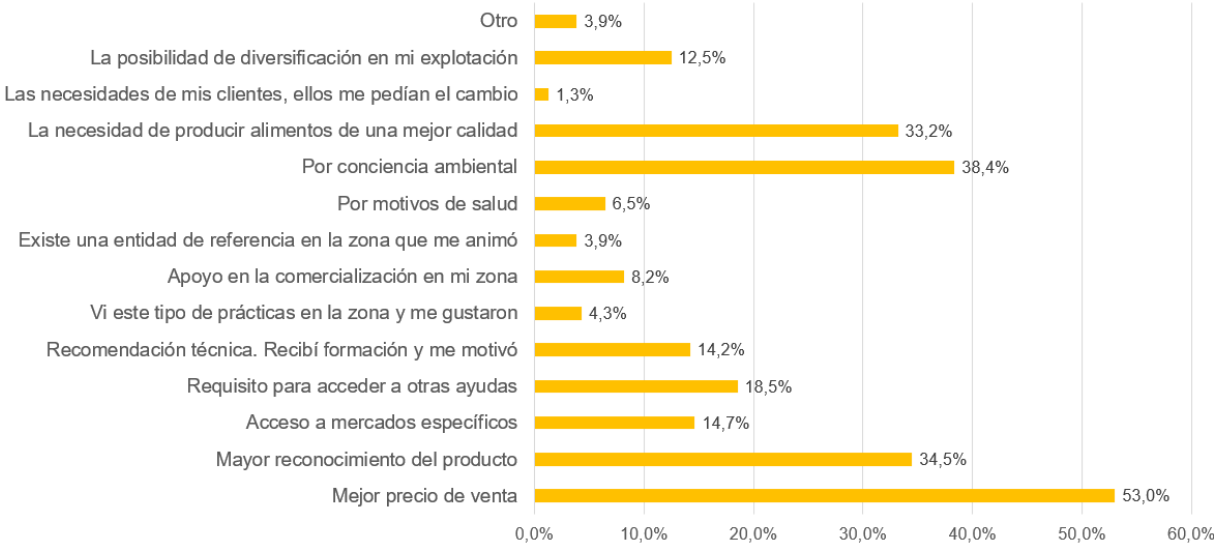
Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

Al consultar por **la motivación** de las personas que han respondido a la encuesta para participar en un régimen de calidad se observa que predomina aquella que reside en la posibilidad de percibir un **mejor precio de venta**, con el 53,0% de las respuestas. Tras ella, se encuentran aquellas relacionadas con la **conciencia ambiental**, en el 38,4% de los casos, teniendo en cuenta que la mayor parte de las personas beneficiarias se habían acogido a la agricultura ecológica, y la mayor calidad del producto, en el 33,2% de las respuestas, junto al mayor reconocimiento del mismo, en el 34,5% de los casos.

El mayor precio de venta supone la mayor motivación para producir bajo un régimen de calidad

En la entrevista a la agrupación apoyada para comercializar pistacho se detalla que **si no existe un diferencial de precio suficiente** entre el pistacho ecológico y el convencional, muchos agricultores podrían optar por **volver al sistema convencional**, ya que la producción ecológica suele implicar menores rendimientos y mayores costes.

Gráfica 12. Motivación para la solicitud de la ayuda régimen de calidad.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

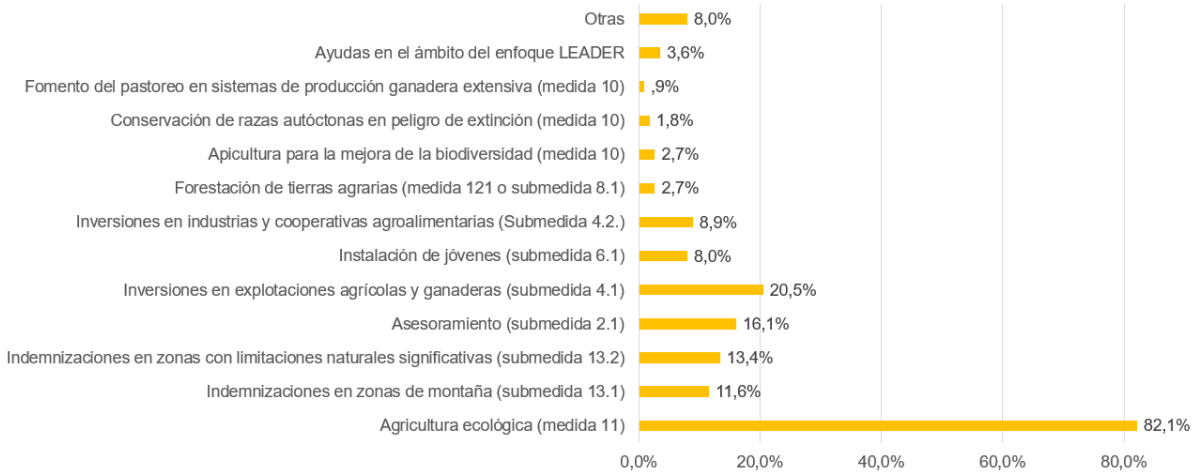
Con menor intensidad pero igualmente importantes se detecta que **la formación se encuentra detrás de la motivación del 14,2%** de las personas que ha respondido a la encuesta, junto a las prácticas demostrativas en el 4,3% de las respuestas y el apoyo a la comercialización en el 8,2% de los casos o la demanda del mercado, en el 1,3% de las respuestas.

La formación genera motivación para producir con calidad diferenciada en el 14,2% de los casos

Por otro lado, las personas que han respondido a la encuesta han señalado la **percepción de otras ayudas de manera complementaria** al incentivo promovido por la submedida 3.1 para participar en nuevos regímenes de calidad, entre las que destaca la complementariedad con la medida 11, de apoyo a la aplicación de compromisos de agricultura ecológica en las explotaciones. También se han señalado otras ayudas como aquellas dirigidas a apoyar las inversiones en explotaciones (submedida 4.1) o el apoyo a la incorporación de jóvenes agricultores (submedida 6.1).

La ayuda es complementaria a otras medidas del PDR

Gráfica 13. Ayudas complementarias a la submedida 3.1 de régimen de calidad.

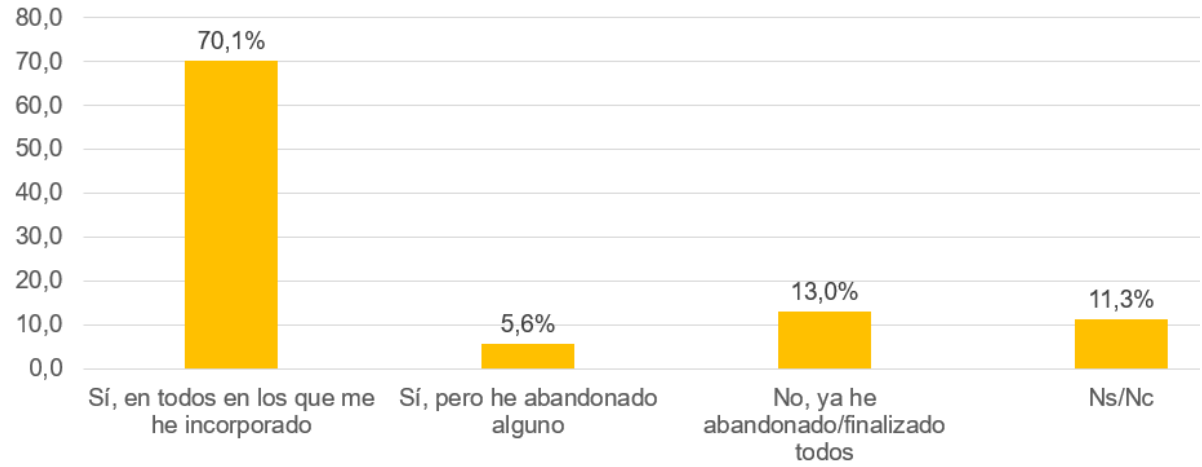


Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

La mayor parte de las personas continúa en el régimen de calidad

Al consultar a las personas que se han incorporado al régimen de calidad, apoyadas por la ayuda, su **permanencia** en el mismo actualmente, el 70,1% de las respuestas indican la continuidad, pero en un 5,6% de los casos se ha abandonado alguno de las figuras de calidad y en el 13,0% se han abandonado todas las figuras de calidad.

Gráfica 14. Proporción de respuestas de las personas beneficiarias en función de su continuidad en el régimen de calidad en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

Entre las causas de abandono residen en la falta de ayudas y de rentabilidad de la explotación

Las **causas del abandono del régimen de calidad** diferenciada vienen vinculadas a aspectos relacionados de manera específica con la agricultura ecológica y se citan:

- Con la mayor frecuencia, la falta de rentabilidad del cultivo junto a la falta de la ayuda por dotación financiera insuficiente.

- Se apunta a una comercialización compleja que no permite la rentabilidad, al no reconocer vía precio el valor añadido del producto.
- En algunos casos, problemas con la contaminación cruzada y la certificación en producción ecológica.
- También se señala con frecuencia el exceso de complejidad administrativa. Exceso de controles.
- En algún caso se apunta la complejidad del cultivo en ecológico.

La principal motivación para aplicar agricultura ecológica es ambiental pero la falta de rentabilidad cuestiona su aplicación

Los resultados obtenidos muestran que un 52,0% de las personas beneficiarias no se habría acogido al régimen de calidad diferenciada sin el apoyo de las ayudas, mientras que un 48% hubiera participado en la misma indistintamente de la subvención. **Las causas de seguir aplicando la agricultura ecológica a pesar de no tener las ayudas** apuntan a las siguientes situaciones:

- La mayor parte de las respuestas señala la existencia de **conciencia ambiental**, apuntando la necesidad de cuidar el medio ambiente, que se percibe muy intensa en las respuestas, y de salud. Alguna respuesta señalada apunta a la recompensa inmaterial del impacto de la agricultura ecológica:

  > *"Creo que es necesario que nos debemos concienciar de que tanto veneno en el suelo nos va a perjudicar a medio y largo plazo, además del daño que está causando a la flora y fauna de nuestras tierras ahora mismo. La producción es la misma en ecológico, lo único un poco más caro el laboreo y trabajos, pero merece la pena cuidar de nuestras tierras. Ver unas mariposas en mi olivares no tiene precio, y yo las he visto..."*
  >
  > *"Por practicar la agricultura regenerativa, mejorando el suelo, la biodiversidad, la microfauna y las interacciones entre los diferentes ecosistemas agrícolas. De esta manera obtener un mejor producto, con el uso de menores insumos y reduciendo al mínimo la contaminación ambiental y, por otra parte, aumentando el secuestro de CO2."*

- Se trata de una gran explotación.
- Sólo se recibía la subvención por uno de los cultivos, leguminosas, que ha sido compensada por los ecorregímenes, al contribuir a cumplir los compromisos de rotación.
- Se señala la mejor valoración de los productos (determinados) por los consumidores, que motiva a la producción en ecológico y la posibilidad de distinguir el producto para su comercialización. En algún caso, se señala que no sólo harían falta las ayudas sin o también regulación del mercado al señalar que los precios al consumidor no están en relación con lo que se le paga al productor. En algunos casos, el mejor precio de venta de algunos productos se señala como soporte de las explotaciones aunque hayan dejado de percibir ayudas.

"En definitiva, aunque el coste de este manejo es superior al tradicional, se obtiene un mejor producto (que así debe ser valorado por el consumidor) y se respetan los ecosistemas implicados."

Una de las respuestas resume todas las expresadas parciamente por el resto de personas, de la siguiente manera:

Con la ayuda, es más llevadero y se hace con otra ilusión. Pero si no me la hubiesen concedido hubiera participado en el régimen por varios motivos:

- Precios más gratificantes.

- Ahora el consumo global, está adoptando una demanda cada vez más creciente de este tipo de alimentos, libres de residuos de pesticidas, y con la concienciación de producir dejando la menor huella posible.

- Para el productor es más sano en cuanto a producir sin riesgos de intoxicaciones.

- También se produce un ahorro de costes de producción. Se incrementa la economía circular.

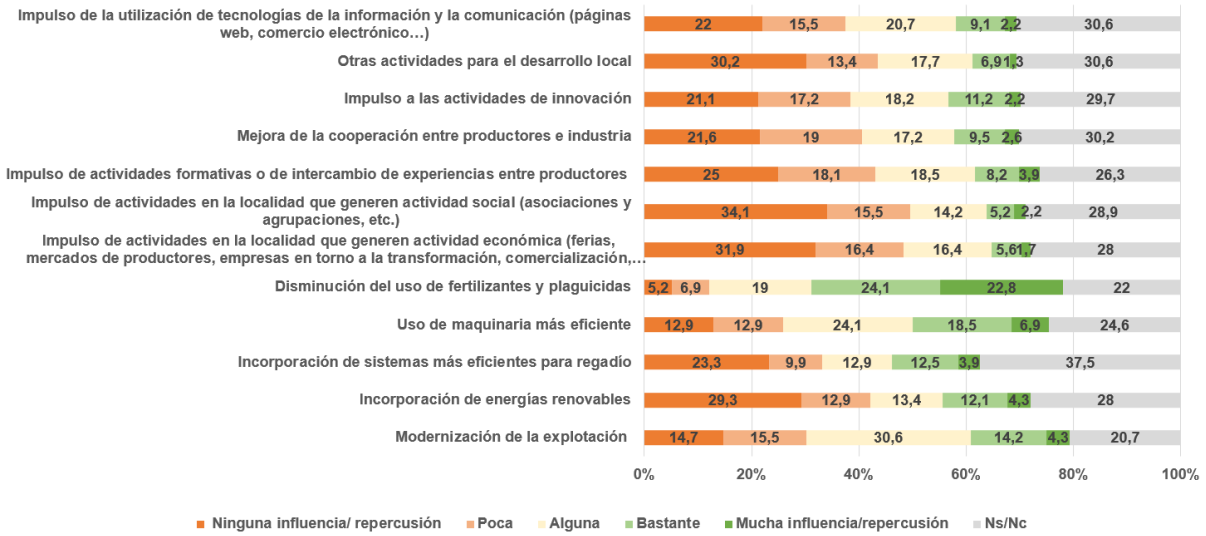
- Se vela por la protección del entorno natural y se genera biodiversidad.

Al consultar sobre la posibilidad de que se siga participando en el régimen de calidad, el 52% manifiesta su intención de continuar frente a un 42% que señala **la necesidad de las ayudas para seguir aplicando las prácticas** que llevan a estar acogido a la figura de calidad. Finalmente un 5,8% de las personas señala su intención de no continuar.

Las opiniones de las personas que han respondido a la encuesta sobre el grado de influencia o **repercusión han tenido distintas acciones** o situaciones en el cambio hacia la producción con calidad diferenciada, apuntan a la modernización de la explotación, con un 44,8% de las respuestas en los dos niveles mayores de influencia y la disminución del empleo de fertilizantes y fitosanitarios, con el 43,1% de las opiniones, además del uso de maquinaria más eficiente, con el 42,6% de las respuestas.

Con un nivel de influencia en menor proporción, en el entorno al 25% de las respuestas en los niveles de mayor influencia, se encuentran otros aspectos, como el impulso de la innovación (29,4%), la mejora de la cooperación entre productores e industria (26,7%), el impulso de actividades formativas o de intercambio de experiencias entre productores (26,7%), o la incorporación de energías renovables (25,5%) y sistemas más eficientes para regadío (25,4%).

Gráfica 15. Grado de influencia o repercusión que han tenido las siguientes acciones o situaciones en el cambio hacia la producción con calidad diferenciada. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

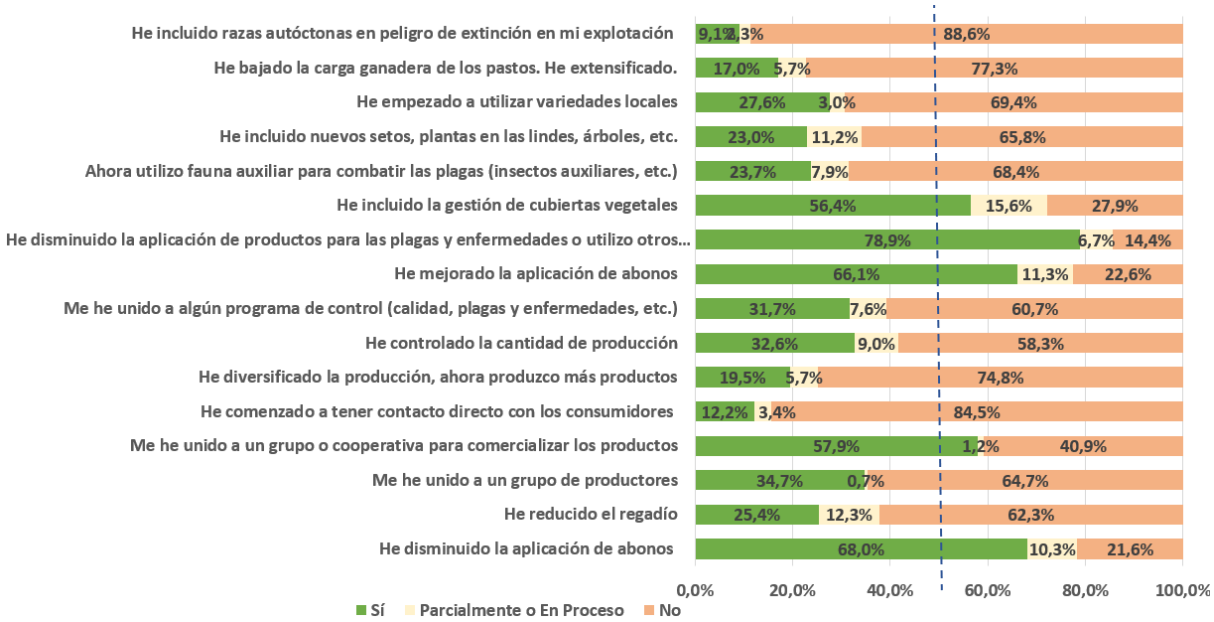
La producción bajo regímenes de calidad, ha supuesto **cambios en las explotaciones**, como muestran los resultados de la encuesta realizada a las personas beneficiarias de la submedida 3.1, de impulso de la participación en regímenes de calidad de nuevos productores.

Los cambios apuntados señalan al menor empleo de fitosanitarios, la inclusión de cubiertas vegetales y la comercialización

Los principales cambios que ha supuesto la participación en el régimen de calidad, teniendo en cuenta que la mayor parte de las explotaciones han comenzado en agricultura ecológica, apuntados en la encuesta muestran la incidencia en la aplicación de fitosanitarios y abonos así como la inclusión de cubiertas vegetales. La participación en el régimen de calidad también ha supuesto una oportunidad para incidir en aspectos que repercuten en la comercialización como la participación en un grupo o cooperativa para comercializar los productos de manera conjunta y participar del valor añadido generado en el sector primario, la participación en un grupo de productores o el comienzo del contacto directo con los consumidores.

De manera adicional, aunque con mayor incidencia, se han producido cambios que inciden en resultados ambientales, como el control de carga ganadera de los pastos, la inclusión de setos y plantas en las lindes y el empleo de fauna auxiliar autóctona para el control de plagas, entre otros aspectos. También se apuntan cambios que conllevan una repercusión en la reducción del riesgo de la producción como la diversificación de la producción.

Gráfica 16. Cambios incorporados para producir con calidad diferenciada. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

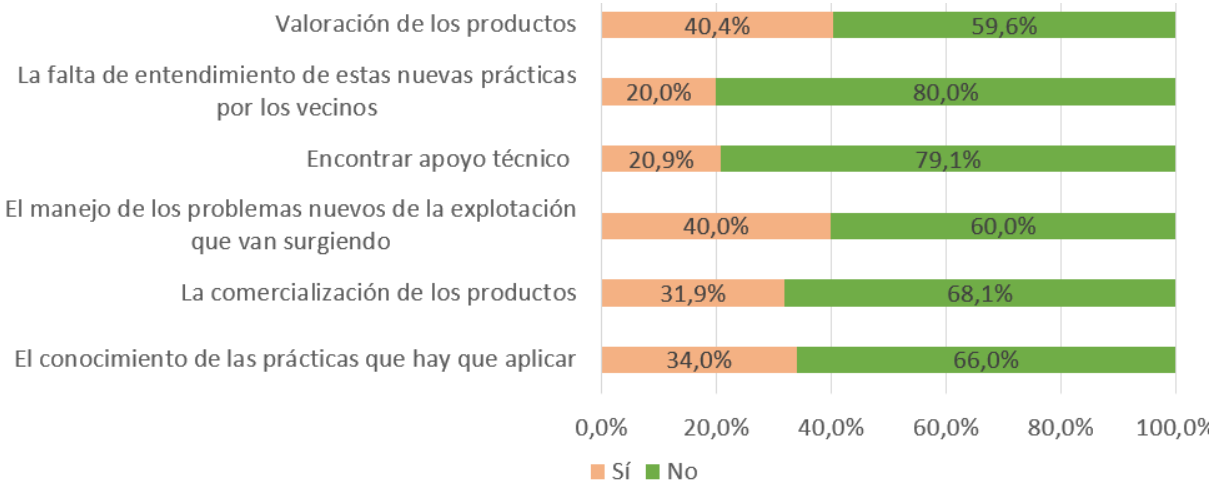
Entre las dificultades se señalan la valoración de los productos y la nueva gestión de la explotación

Por otro lado, las **principales dificultades** que se ha encontrado al producir con calidad diferenciada señalan la valoración de los productos y el manejo de los nuevos problemas que surgen en la explotación, ambas señaladas por el 40% de las respuestas. En la primera se intenta incidir desde el PDR con el apoyo de la submedida 3.2, a través de las actividades de promoción e información, aunque según las personas beneficiarias, debería realizarse una mayor labor de concienciación de los beneficios de la agricultura ecológica por parte de la Administración, ya que no sólo repercute en aspectos ambientales sino también sanitarios, al estar demostrada la relación causa-efecto con la disminución de enfermedades además de sociales, al contribuir a producir en zonas donde la agricultura resulta muy difícil por las condiciones climáticas, evitando el abandono y la despoblación, como se transmitió en la jornada sobre logros y reflexiones sobre la política de desarrollo rural del periodo 2014-2022, llevada a cabo en noviembre de 2025.

En la segunda dificultad señalada se intenta incidir a través de la formación, con la medida 1 del PDR o el asesoramiento (medida 2), aunque en la encuesta se señala que el coste de estos cursos puede llegar a dificultar su realización.

La comercialización de los productos también se señala por un elevado número de personas, y en esta dificultad se intenta prestar apoyo desde el PDR tanto desde la operación 9.1.1, a través de las agrupaciones de productores, como desde la submedida 3.2, incentivando al consumidor y generando herramientas para llegar al mercado, como desde otras ayudas como la submedida 4.2, de apoyo a las inversiones de la agroindustria, entre otras.

Gráfica 17. Principales dificultades encontradas al producir con calidad diferenciada. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

Entre las barreras para acceder a la ayuda se encuentran la complejidad normativa y la incertidumbre de su incumplimiento, y la falta de formación de los asesores.

Las **barreras o dificultades señaladas para solicitar la ayuda** son aquellas que apuntan a la falta de requisitos o presupuesto de la ayuda. En este caso, se valora positivamente que la ayuda se solicite junto al resto de ayudas de la PAC, en muchos casos apoyada por asesores, aunque se apunta a la complejidad y exceso de normativa, que en ocasiones genera incertidumbre sobre el cumplimiento correcto de las exigencias de la misma o trámites complejos, o con exceso de documentación, para las personas solicitantes. La falta de formación de los asesores también se describe como un motivo para haber perdido la ayuda.

Se señala la falta de claridad en el cálculo de la ayuda y los retrasos de los pagos de la misma. También se pone de manifiesto el elevado gasto que requiere la ayuda, ya que los productores tienen que pagar su formación, la certificación y la persona que les presta el asesoramiento.

También se indica la barrera que supone la falta de cobertura en algunas zonas (en este caso el Valle de Alcudia) que limitan el acceso a la Administración electrónica y la complejidad de los trámites telemáticos, para los que se reclama la simplificación.

7.1.2.2. La competitividad de los productores primarios apoyados ha mejorado. El valor añadido de los productos agrícolas ha aumentado. La participación de los productores primarios en el precio de los productos agrícolas ha aumentado

Competitividad. Acceso al mercado

La mejora de la competitividad de los productores primarios se refleja a través de la **eficiencia productiva**, un mejora de la **capacidad de acceder a los mercados, e incluso con un mayor valor**, un **mayor acercamiento a los clientes** y el **fortalecimiento de las marcas**, con la **consolidación de la posición de los agricultores y ganaderos en la cadena agroalimentaria**, más que en incrementos directos de productividad física.

La información estadística refleja que **el esfuerzo realizado y el reconocimiento de los regímenes de calidad ha permitido el acceso a nuevos mercados y consolidar su presencia en los existentes**. El ejemplo más representativo es la DOP Queso Manchego, cuya producción certificada en 2015, se ha incrementado hasta los 15,3 millones de kilos anuales en el periodo 2018-2023, de los cuales aproximadamente el 68% se exporta, con Estados Unidos como principal destino (Informe DOP/IGP 2023).

Este **alto grado de internacionalización** ha supuesto un incremento de la visibilidad y la competitividad de los ganaderos de ovino manchego, que obtienen un valor superior por su producto en comparación con quesos sin certificación. Un patrón similar se observa en el vino con DOP ya que en 2023, Castilla-La Mancha exportó más de 1.400 millones de litros de vino, representando más del 50% del total nacional, según los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV). Las DOP regionales como La Mancha, Valdepeñas o Manchuela han jugado un papel central en esta expansión, con porcentajes de exportación superiores al 60% en algunos casos. Estos resultados ponen de manifiesto que **los productores apoyados han ganado acceso a canales internacionales más exigentes, lo que mejora su posición negociadora y su resiliencia en mercados competitivos**.

Las actividades de promoción (Submedida 3.2) han contribuido a aumentar la visibilidad de los productos de calidad diferenciada, entre 2016 y 2024, con 494 operaciones de 112 expedientes de 19 entidades, que han promocionado los productos de calidad diferenciada en el mercado, con campañas conjuntas y la asistencia a ferias especializadas, promoviendo la mejora y consolidación de **la imagen e impulsando el reconocimiento de los productos regionales**. En dichas actuaciones de promoción, los sectores del vino y del queso destacaron por concentrar la mayor parte del gasto anual, seguidos de la producción vegetal (otros cultivos ecológicos y productos agrícolas variados) (IAE 2022).

Se ha apoyado la calidad diferenciada con 494 acciones dirigidas al mercado, desde 19 entidades

Tabla 21. Detalle de los sectores donde ha incidido la submedida 3.2 para la promoción de la calidad diferenciada.

Sector	Nº entidades	GPT	Importe unitario
ACEITE	3	225.202,26	75.067,42
CARNE	1	53.580,81	53.580,81
PRODUCCION ECOLOGICA	1	25.994,29	25.994,29
PRODUCCIÓN VEGETAL	3	447.361,16	149.120,39
QUESO	1	3.903.106,46	3.903.106,46
VINO	10	4.012.315,14	401.231,51
Total	19	8.667.560,12	456.187,37

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

El grupo de entidades que han realizado las actividades de promoción e información incluye consejos reguladores, pero también interprofesionales y otras asociaciones como Tierra Sana, vinculada a la producción ecológica.

Tabla 22. Detalle de las entidades que han llevado a cabo actividades de promoción e información la submedida 3.2 para la promoción de la calidad diferenciada.

Entidad	producto
ASOC. PROM. ACEITE CAMPO MONTIEL	ACEITE
ASOC. PROM. ACEITE CAMPO CALATRAVA	ACEITE
F.C.R.D.O. ACEITE MONTES DE TOLEDO	ACEITE
F.C.R.I.G.P. CORDERO MANCHEGO	CARNE FRESCA
ASO. TIERRA SANA CASTILLA LA MANCHA	PRODUCCION ECOLOGICA
ASO. PROM. I.G.P. BERENJENA ALMAGRO	PRODUCCION VEGETAL
ASOC. I.G.P. AJO MORADO PEDROÑERAS	PRODUCCION VEGETAL
F.C.R.D.O. AZAFRÁN DE LA MANCHA	PRODUCCION VEGETAL
F.C.R.D.O. QUESO MANCHEGO	QUESO
FUNDACIÓN C.R.D.O. QUESO MANCHEGO	QUESO
ASOCIACIÓN PROVINOS D.O. MANCHUELA	VINO
INTERPROFESIONAL D.O. MANCHUELA	VINO
AGRUP. PRODUC. VINOS D.O. ALMANSA	VINO
ASOC. PROM. VINO CAMPO DE CALATRAVA	VINO
INTERPROFESIONAL C.R.D.O. LA MANCHA	VINO
D.O. VALDEPEÑAS ASOC. INTERPROFESIONAL	VINO
A.P.V.D.O. RIBERA DEL JÚCAR	VINO
ASOCIACIÓN VITIVINÍCOLA DE UCLÉS	VINO
INTERPR. D.O. VITIVINÍCOLA MÉNTRIDA	VINO
CONSEJO REGULADOR D.O.P. JUMILLA	VINO

Fuente: IAE 2025 (anualidad 2024)

En este contexto, **la competitividad se entiende no sólo como la capacidad de competir en precios, sino como la de consolidar un producto diferenciado, con valor añadido y con mayor atractivo en los mercados, permitiendo un mejor acceso al mercado.**

La siguiente tabla complementa los resultados de la Tabla 20, en la que se mostraba la evolución de las explotaciones y sus unidades productivas (hectáreas y superficie) así como la evolución de la industria de las distintas figuras de calidad, desde una referencia temporal previa al inicio en la ejecución de las ayudas, con datos sobre la producción comercializada protegida y las exportaciones. Los casos más representativos indican una **tendencia de mejora en la competitividad, vista como la capacidad de sostener volúmenes protegidos certificados, un mayor acceso a mercados extranjeros y la diversificación de los destinos**.

Tabla 23. Ejemplos de impacto en competitividad

Producto	Prod. Comer. TOTAL 2015 certificada	Prod. Comer. TOTAL 2023 certificada	Prod. export Extranj. 2015	Prod. export Extranj. 2023	% Export. Extranj. 2015	% Export. Extranj. 2023
Queso Manchego (DOP) 3.1 | 3.2	13,7 millones kg	15,3 millones de kg	8,7 millones de kg	10,4 millones de kg	64	68
Ajo Morado de Las Pedroñeras (IGP) 3.1 | 3.2	1.543 toneladas	2.694 toneladas	220 toneladas	820 toneladas	14	30
Azafrán de La Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	370 toneladas	399 toneladas	151 toneladas	166 toneladas	41	42

Producto	Prod. Comer. TOTAL 2015 certificada	Prod. Comer. TOTAL 2023 certificada	Prod. export Extranj. 2015	Prod. export Extranj. 2023	% Export. Extranj. 2015	% Export. Extranj. 2023
Berenjena de Almagro (IGP) 3.2	1.582 toneladas	1.345 toneladas	47 toneladas	0 (consumo interno)	-	-
Melón de La Mancha (IGP)	47 toneladas	127 toneladas	0 (consumo interno)	127 toneladas	-	-
Miel de La Alcarria (DOP) 3.1	89 toneladas	40 toneladas	0 (consumo interno)	0 (consumo interno	-	-
Mazapán de Toledo (IGP)	89 toneladas	72 toneladas	0 (consumo interno)	0 (consumo interno)	-	-
Pan de Cruz de Ciudad Real (IGP)	35 toneladas	55 toneladas	0 (consumo interno	0 (consumo interno	-	-
Cordero Manchego (IGP) 3.1 | 3.2	368 toneladas	270 toneladas	0 (consumo interno)	0 (consumo interno)	-	-
Aceite Montes de Toledo (DOP) 3.1 | 3.2	370 toneladas	605 toneladas	128 toneladas	330 toneladas	35	55
Aceite Campo de Montiel (DOP) 3.1 | 3.2	354 toneladas	785 toneladas	80 toneladas	260 toneladas	23	33
Aceite Campo de Calatrava (DOP) 3.1 | 3.2	147 toneladas	115 toneladas	40 toneladas	37 toneladas	26	32
Aceite de la Alcarria (DOP) 3.1	49 toneladas	184 toneladas	.	1 tonelada	-	0
Arroz Calasparra (DOP) 3.1	1.413 toneladas	1.260 toneladas	347 toneladas	255 toneladas	25	20
Vino Almansa (DO) 3.2	44.919 hl	38.109 hl	30.532 hl	28.263 hl	68	74
Vino La Mancha (DO) 3.1 | 3.2	509.593 hl	241.442 hl	149.680 hl	164.364 hl	29	68
Vino Manchuela (DO) 3.1 | 3.2	15.538 hl	18.145 hl	5.364 hl	9.528 hl	35	53
Vino Méntrida (DO) 3.2	4.931 hl	2.962 hl	1.234 hl	417 hl	25	14
Vino Mondéjar (DO)	1.747 hl	1.664 hl	-	-	-	-
Vino Ribera del Júcar (DO) 3.2	3.607 hl	2.598 hl	1.526 hl	824 hl	42	32
Vino Uclés (DO) 3.2	20.188 hl	16.355 hl	12.341 hl	6.234 hl	61	38
Vino Valdepeñas (DO) 3.2	572.851 hl	392.996 hl	220.177 hl	66.793 hl	38	17
Vino Castilla (IGP) 3.1 | 3.2	1.428.702 hl	1.314.128 hl	353.724 hl	422.077 hl	25	32
Vino Jumilla (DO)	218.080 hl	179.299 hl	107.870 hl	124.011 hl	49	69
Vino Pago Guijoso (VP)	77 hl	400 hl	45 hl	8 hl	58	No disponible
Vino Pago Los Cerrillos (VP)	-	380 hl	-	313	-	82

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2015 y 2023
Nota: Las cifras de comercialización corresponden a producción protegida (certificada como DOP o IGP). Se excluye el volumen de producción elaborado de conformidad con el pliego de condiciones pero no protegida.
NOTA 2: Se han incluido las principales figuras de calidad diferenciada, con datos comparables disponibles durante el periodo de estudio.

Como se observa, el **Queso Manchego (DOP) incrementa su producción y afianza su enfoque exportador**, con un aumento en la proporción destinada a mercados exteriores.

El **Ajo Morado (IGP) sube su producción protegida y casi triplica sus ventas al exterior**, con un incremento importante del peso de la exportación sobre el total. Este cambio señala un avance competitivo en nichos europeos más exigentes, a pesar de la reducción de la base

agraria que se observa en la Tabla 20 se comercializa menos superficie, pero con una mayor orientación internacional y un mayor cumplimiento de estándares.

En general se observa una mejora de la competitividad y acceso al mercado de las producciones amparadas por la calidad diferenciada

El **Aceite Montes de Toledo (DOP)** casi **duplica la producción protegida y aumenta el volumen exportado**, con una subida de su cuota exterior importante. El mayor peso de envasadoras/comercializadoras apunta a estrategias de diferenciación de marca que apoyan este comportamiento.

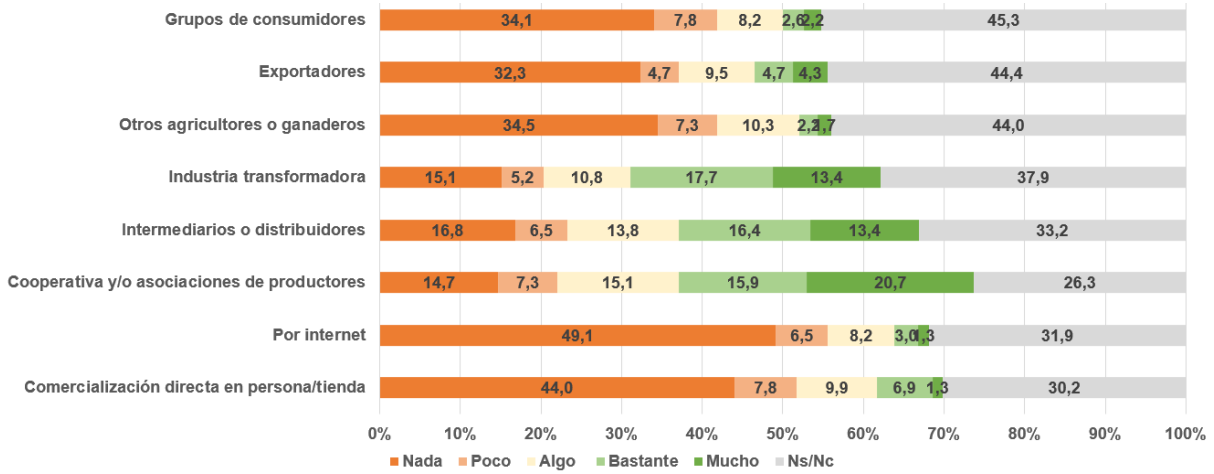
En el sector del vino, la situación es variada. La Mancha mantiene un volumen de comercialización elevado aunque más reducido que en 2015, con una cuota exterior estable o ligeramente creciente. Valdepeñas presenta descensos en el volumen total y una cuota exportadora también más moderada que en ejercicios anteriores. En cambio, Almansa y Manchuela muestran una evolución más positiva, con mejoras en la proporción de exportaciones sobre el total. Méntrida, Uclés y Ribera del Júcar consolidan su presencia exterior en distintos grados. En conjunto, los datos reflejan una orientación sostenida hacia mercados de mayor valor, aunque con un ritmo desigual entre denominaciones.

Las personas beneficiarias de la submedida 3.1 que han respondido a la encuesta, detallan que **en los canales de comercialización de sus productos tienen más presencia las cooperativas** y/o asociaciones de productores, con el **36,6%** de las respuestas que señalan que los emplean “bastante” o “mucho”. En este mismo orden de magnitud se señala la comercialización a través de **la industria transformadora, en el 31,1%** de las respuestas en los dos niveles superiores. Tras ellos, las **empresas intermediarias** o los distribuidores se emplean en la comercialización en el **29,8%** de los casos.

La comercialización directa, con el 8,2% de las respuestas en los dos niveles de mayor intensidad, el empleo de internet, con el 4,3% o los grupos de consumidores, con el 4,8% tienen menor presencia en la comercialización de las producciones de las personas que han respondido a la encuesta.

Si se consideran los canales cortos, aproximadamente el 53,9% de las personas que han respondido a la encuesta emplean con bastante o mucha frecuencia alguno de ellos, bien sea la cooperativa o las asociaciones de productores, la comercialización directa, internet o los grupos de consumidores, lo que está facilitando la generación de valor añadido a las producciones.

Gráfica 18. Grado de intensidad de empleo de los distintos canales de comercialización. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

La agrupación de productores de pistacho entrevistada, en la que el 80% de su comercialización proviene de ecológica, indica que se advierte un desajuste entre:

- La **capacidad de incremento de la producción ecológica**, que podría seguir creciendo en superficie y volumen.
- La **evolución de la demanda de producto ecológico**, que, según su percepción, no está aumentando al mismo ritmo.

Este desajuste genera un **cuello de botella** en el mercado, en tanto que si no existe un **diferencial de precio suficiente entre el pistacho ecológico y el convencional**, muchos productores podrían optar por volver al sistema convencional, ya que la producción ecológica suele implicar menores rendimientos y mayores costes.

Para equilibrar el crecimiento de la oferta y la demanda, y no revertir la situación, se invita a que la Administración haga una apuesta por la promoción de la agricultura ecológica

Se indica que esta situación se agrava por los objetivos de la Unión Europea de alcanzar determinadas **cuotas mínimas de producción ecológica**, que en el caso del pistacho podrían estar ya superadas, sin que el mercado tenga aún capacidad de absorción.

Opina que una forma de paliar este cuello de botella es incrementar la promoción del producto ecológico para generar demanda por parte del consumidor final. **En este sentido, el sector anima a que la Administración haga un esfuerzo importante en campañas de promoción y de sensibilización, y que se apoyen las estrategias de comercialización conjunta.**

La agrupación apoyada para la comercialización de setas y hongos, indica que se ha impulsado una visión para dejar de vender "como siempre" y apostar por una estrategia comercial profesional: crear marca, diseñar un plan de distribución a varios años, explorar nuevos formatos (conservas, productos listos para cocinar, ecológico, etc.) y abrir canales con la gran distribución y la exportación.

El valor añadido de los productos agrícolas

El criterio de valor añadido es esencial para el análisis de productos agroalimentarios amparados por figuras de calidad diferenciada y los resultados de las agrupaciones de productores. En esta evaluación se aborda, entre otros, mediante tres aspectos interrelacionados: **precios medios** de productos con regímenes de calidad (€/kg para alimentos y €/hl para vino), **valor económico total** de la producción amparada en figuras de calidad y **proporción o peso de las exportaciones** en ese valor. Estos indicadores muestran la potencialidad de las figuras de calidad para promover mayores ingresos a los productores primarios y alcanzar mercados donde los consumidores reconocen el valor añadido, lo que permite constituir un sistema de indicadores proxy del "valor añadido".

Según la literatura de referencia, el valor añadido[2] de los productos con figuras de calidad diferenciada depende de un conjunto de factores económicos, productivos, comerciales y de su posición en el mercado. Esta interpretación del valor añadido en figuras de calidad puede trasladarse a Castilla-La Mancha, bajo estos factores:

- **Control de calidad y certificación**. Los mecanismos de certificación y trazabilidad garantizan autenticidad y seguridad alimentaria, otorgando mayor credibilidad y un aumento del valor percibido.
- **Sostenibilidad ambiental**. Como es el caso de la agricultura ecológica.
- **Identidad territorial.** Denominaciones consolidadas como el Queso Manchego o el Azafrán de la Mancha obtienen un valor añadido superior gracias a su reconocimiento nacional e internacional, lo que dota a los productos de ventajas competitivas en los mercados globales.
- **Presencia en mercados exteriores**. La capacidad de acceder a mercados internacionales y posicionarse, como ocurre con el Queso Manchego, Azafrán o el Ajo Morado de las Pedroñeras, ampliando el mercado potencial.
- **Innovación y diversificación**. La innovación en procesos, presentación o estrategias de marketing permite captar un mayor número de consumidores que buscan exclusividad, elevando el precio medio, como los vinos de pago.
- **Tendencias del consumidor**. Generar necesidad, reconocimiento por parte del consumidor y aumentar la demanda de productos sostenibles, locales y con trazabilidad favorece directamente al valor añadido.

A estos es necesario añadir la componente ligada al **valor nutricional y su repercusión en la salud,** en el que la producción ecológica es destacable, repercutiendo en el valor añadido reconocido por los consumidores.

A pesar de los avances, persisten varios **factores estructurales que limitan** la plena captación del valor añadido en los productos de calidad diferenciada.

- **Altos costes de certificación y control**, **costes administrativos y cumplimiento normativo**[3], especialmente en procesos de certificación y trazabilidad, que supone una carga para los pequeños productores.

[2] https://internationalipcooperation.eu/en/caripi/learning/2.2.3_GIs_sustainability
[3] Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha. (boe.es)

- **Dependencia de intermediarios y canales largos de comercialización**[4]. Esta dependencia limita la capacidad del productor para negociar precios elevados o mantener primas de calidad. La escasa **integración vertical y dependencia de operadores externos**, impide que el producto capte todo el valor generado.
- **Bajo reconocimiento de las figuras de calidad entre los consumidores**, ya que la consolidación de la figura de calidad depende, entre otras cosas, de la difusión, la comunicación entre consumidores y la percepción del valor agregado, ya que si no, la prima del precio se verá limitada. El MAPA identifica esta debilidad como uno de los principales retos para las figuras de calidad.

La estrategia del Programa de Desarrollo Rural ha apoyado la mejora del valor añadido teniendo en cuenta los tres posibles niveles de actuación, es decir, el sector primario, a través de las medidas 3 (nueva participación en regímenes de calidad) y 11 (agricultura ecológica), incentivando la participación de los productores en regímenes de calidad diferenciada, como se ha detallado en apartados anteriores y, además, con la medida 9, apoyando la creación de grupos y organizaciones de productores para impulsar iniciativas de comercialización conjunta, junto a otras actuaciones en el sector secundario para de integración vertical en la cadena alimentaria, como pueden ser la submedida[5] 16.4, o la submedida[6] 4.2 y, además, promoviendo acciones para incidir en el consumidor a través de la submedida 3.2, con actuaciones de información y promoción.

El PDR ha promovido la calidad diferenciada con numerosas actuaciones, que han actuado apoyando a los sectores primario, secundario e incidiendo en el consumidor

En este sentido, a través de la **submedida 3.1** incentivado la nueva participación de 3.557 productores en regímenes de calidad **apoyando la carga que suponen los costes fijos ocasionados por la participación en el régimen de calidad diferenciada, que incluye gastos de inscripción y la cuota anual de participación en el mismo**, **así como el coste de los controles necesarios para comprobar el cumplimiento del pliego de condiciones del régimen de calidad**. Una vez superada esta etapa inicial de entrada, estos productores podrán beneficiarse de las ventajas del mayor valor añadido de los productos a través de aspectos que inciden en el mismo, como precio, acceso y presencia en el mercado, diferenciación, calidad, reconocimiento, etc.

La submedida 3.1 apoya los costes ocasionados a los productores por la participación en el régimen de calidad (inscripción, controles, etc.)

La **submedida 3.2** ha contribuido a través de varios aspectos de los anteriormente señalados, como son el **refuerzo de la presencia en los mercados**, la mejora en la divulgación de la **identidad territorial** así como la **potencial incidencia en la demanda del consumidor**.

[4] CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIADA PROTEGIDOS POR DOP E IGP;NIPO 003191274 (mapa.gob.es)
[5] Cooperación horizontal y vertical entre agentes de la cadena agroalimentaria: desarrollo de cadenas cortas y mercados locales y actividades de promoción local
[6] Inversiones en industrias y cooperativas agroalimentarias

De manera complementaria la **medida 9**, tiene por objeto fomentar, promover e incentivar la agrupación u organización de entidades para **comercializar en conjunto** los productos agroalimentarios, por lo que contribuye a **disminuir la atomización** y permite incidir en un acceso al mercado en una posición más competitiva, la capacidad de negociación, la conquista de nuevos mercados, el acortamiento de los canales de comercialización, etc.

La submedida 3.2 ha actuado a través de la incidencia en los consumidores y la operación 9.1.1 impulsando la comercialización conjunta desde el sector primario

En lo que respecta al **valor económico de la producción** en Castilla-La Mancha se observa un panorama heterogéneo con fuertes contrastes, mientras algunos sectores se consolidan, otros permanecen en niveles modestos mostrando una gran volatilidad. El Queso Manchego se mantiene como el principal referente de valor económico, junto al vino, aunque el primero refuerza su crecimiento mientras que los grandes volúmenes de vino muestran un retroceso sostenido. Se aprecia una recuperación significativa en productos como el aceite y el ajo tras años de caída.

Tabla 24. Evolución del valor económico total de la producción (M€) en figuras de calidad diferenciada

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aceite Campo de Montiel (DOP) 3.1 | 3.2	2,11	2,27	2,26	2,62	2,57	3,22	3,91	6,2
Aceite de Campo de Calatrava (DOP) 3.1 | 3.2	0,66	0,52	0,69	0,48	0,6	0,48	0,46	1,12
Aceite de la Alcarria (DOP) 3.1	0,47	0,77	0,22	0,65	0,15	0,22	0,29	1,47
Aceite Montes de Toledo (DOP) 3.1 | 3.2	2,58	3,15	5,93	7,15	6,56	6,36	6,51	7,26
Cordero Manchego (IGP) 3.1 | 3.2	2,6	2,59	2,56	2,39	2,27	2,54	3,07	2,72
Azafrán de la Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	1,32	2,04	2,36	3,22	2,85	2,83	1,92	2,39
Berenjena de Almagro (IGP) 3.2	10,14	11,24	9,86	9,49	8,75	4,76	6,49	7,4
Ajo Morado de las Pedroñeras (IGP) 3.1 | 3.2	6,6	7,11	5,11	8,8	8,09	7,92	6,73	10,99
Espárrago Verde de Guadalajara (IGP)	1,32	1,61	1,7	0,61	1,12	1,55	1,79	1,54
Melón de la Mancha (IGP)	0,01	0,03	0,01	-	0,01	-	0,05	0,06
Miel de la Alcarria (DOP) 3.1	0,85	0,71	0,14	0,95	1,33	0,72	0,58	0,48
Mazapán de Toledo (IGP)	2,1	2,24	2,05	2,17	0,98	0,19	3,18	2,07
Pan de Cruz de Ciudad Real (IGP)	0,06	0,06	0,06	0,08	0,1	0,11	0,13	0,15
Queso Manchego (DOP) 3.1 | 3.2	170,57	174,48	185,1	183,75	189,06	200,36	245,4	244,56
Almansa (DOP) 3.2	9,76	18,68	10,05	12,36	12,43	16,23	16,54	12,87
La Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	194,17	262,21	203,82	114,85	99,68	85,12	71,96	68,06
Manchuela (DOP) 3.1 | 3.2	4,26	3,95	5,50	4,26	3,87	3,56	4,94	5,05
Méntrida (DOP) 3.2	1,27	1,35	1,88	0,76	0,77	2,09	1,39	0,91
Mondéjar (DOP)	0,56	0,60	0,53	0,81	1,08	0,83	0,87	0,89
Ribera del Júcar (DOP) 3.2	0,98	1,49	2,10	1,24	2,28	1,27	0,82	0,87
Uclés (DOP) 3.2	7,40	7,12	10,74	9,36	4,08	3,82	4,94	4,95
Valdepeñas (DOP) 3.2	120,57	104,43	115,15	113,36	111,63	106,13	84,25	82,14
Los Cerrillos (DOP)	-	-	-	-	-	0,09	0,45	0,30
Calzadilla (DOP)	0,34	0,37	0,36	0,43	0,29	0,30	0,32	0,28
Campo de la Guardia (DOP)	0,43	0,44	0,51	0,76	0,93	0,44	0,84	0,76
Casa del Blanco (DOP)	0,33	0,34	0,32	0,21	0,11	0,07	0,08	0,08
Dehesa del Carrizal (DOP)	0,24	0,46	0,49	0,52	0,67	0,71	0,91	0,98

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Dominio de Valdepusa (DOP)	2,15	1,65	2,90	2,36	0,67	0,59	0,92	0,73
El Vicario (DOP)	-	-	-	-	0,13	0,41	0,68	0,50
Finca Élez (DOP)	0,22	0,35	0,22	0,19	0,01	0,02	0,03	0,09
Guijoso (DOP)	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09	0,10	0,06
La Jaraba (DOP)	-	-	-	-	-	0,11	0,36	0,46
Pago Florentino (DOP)	0,53	0,62	0,47	0,57	0,48	0,44	0,41	0,38
Vallegarcía (DOP)	-	-	-	-	0,15	1,05	0,90	1,21
Castilla (IGP) 3.1 | 3.2	70,97	152,34	131,90	404,24	138,80	201,16	135,98	124,59

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2016 a 2023

La evolución del **valor de las exportaciones** en la Unión Europea y a países terceros muestra un escenario desigual, en la que se presenta una alta volatilidad. Dentro de los productos agroalimentarios, cabe destacar el Queso Manchego, que consolida su posición como el principal producto exportado con denominación de origen. El resto de productos agroalimentarios tienen una presencia modesta en exportaciones, evidenciando su orientación principal al mercado nacional.

Tabla 25. Evolución del valor sobre el total (%) de las exportaciones en figuras de calidad diferenciada

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aceite Campo de Montiel (DOP) 3.1 | 3.2	44,08	52,42	30,09	45,42	31,52	26,40	35,04	33,06
Aceite de Campo de Calatrava (DOP) 3.1 | 3.2	-	-	-	-	20,00	14,58	10,87	32,14
Aceite de la Alcarria (DOP) 3.1	-	-	-	0,92	-	-	-	0,68
Aceite Montes de Toledo (DOP) 3.1 | 3.2	44,96	45,40	63,24	54,97	53,51	50,31	50,38	54,55
Cordero Manchego (IGP) 3.1 | 3.2	-	-	-	-	-	-	-	-
Azafrán de la Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	32,58	37,25	55,08	56,83	76,14	62,54	51,04	61,51
Ajo Morado de las Pedroñeras (IGP) 3.1 | 3.2	23,94	28,69	21,92	17,16	34,12	34,60	21,40	30,39
Espárrago Verde de Guadalajara (IGP)	-	-	-	-	-	-	-	-
Melón de la Mancha (IGP)	-	33,33	100,00	-	-	-	100,00	100,00
Mazapán de Toledo (IGP)	-	-	-	-	-	-	1,26	-
Queso Manchego (DOP) 3.1 | 3.2	61,40	61,04	63,37	73,18	74,40	76,04	68,18	68,30
Almansa (DOP) 3.2	83,50	80,64	76,79	79,02	77,62	74,30	76,70	72,42
La Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	17,66	17,26	28,49	38,28	42,66	53,38	52,11	60,37
Manchuela (DOP) 3.1 | 3.2	42,86	49,38	65,53	53,61	53,92	66,04	62,12	65,93
Méntrida (DOP) 3.2	51,07	48,71	47,27	46,41	28,82	23,23	17,67	15,21
Ribera del Júcar (DOP) 3.2	74,35	64,50	62,63	53,47	63,47	68,55	55,72	50,58
Uclés (DOP) 3.2	48,90	61,25	49,75	44,06	49,38	21,23	28,76	36,09
Valdepeñas (DOP) 3.2	40,46	42,98	41,18	44,33	35,00	17,82	18,86	17,48
Los Cerrillos (DOP)	-	-	-	-	-	33,67	85,84	82,37
Calzadilla (DOP)	33,53	32,43	34,25	34,25	44,83	50,00	40,63	35,09
Campo de la Guardia (DOP)	23,05	10,26	19,67	27,95	29,67	44,51	28,08	18,36
Casa del Blanco (DOP)	63,54	70,82	23,72	36,86	51,40	52,52	61,18	52,19
Dehesa del Carrizal (DOP)	100,00	50,24	49,63	45,85	42,11	34,95	23,11	22,95
Dominio de Valdepusa (DOP)	100,00	49,80	32,83	30,00	32,84	25,16	20,85	15,87
El Vicario (DOP)	-	-	-	-	49,96	51,36	52,30	69,78
Finca Élez (DOP)	100,00	31,26	39,28	55,26	0,58	19,19	26,42	38,75

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Guijoso (DOP)	100,00	15,48	10,12	12,20	42,14	43,92	44,10	23,23
La Jaraba (DOP)	-	-	-	-	-	57,36	45,25	49,20
Pago Florentino (DOP)	51,46	45,69	49,83	51,70	33,26	36,10	38,44	31,27
Vallegarcía (DOP)	-	-	-	-	30,26	49,86	46,66	57,62
Castilla (IGP) 3.1 | 3.2	48,66	39,23	32,94	68,82	25,47	34,35	51,32	54,80

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2016 a 2023

En el conjunto de productos de calidad diferenciada de Castilla-La Mancha se aprecian **tendencias o patrones diversos**, aunque en muchos casos se observa un aumento del valor añadido durante el periodo de programación, entendido como precio a los productores, valor económico de la producción y valor de las exportaciones. El **Queso Manchego (DOP)** mantiene un crecimiento constante en valor económico, alcanzando los **244,56 millones de euros** en 2023, y muestra una fuerte orientación hacia el exterior, ya que el **68,3% de su valor se exporta**. Esto indica la fortaleza de la marca y su acceso a mercados con mejores precios, como Estados Unidos y la UE, lo que lo convierte en un referente de valor entre los productos de calidad de la región.

En **aceites de oliva con Denominación de Origen Protegida (DOP),** los datos recientes muestran un **incremento en el precio medio** y **en el valor económico**. Específicamente, Montes de Toledo alcanzó un precio medio de **12 €/kg** y un valor total **de 7,26 millones de euros** en 2023, destinando cerca del 55% de su valor a la exportación. Campo de Montiel, por su parte, duplicó su valor en los últimos años. Estas tendencias apuntan a una creciente obtención de beneficios por calidad, a través de la diferenciación, el envasado y la expansión hacia mercados externos, aunque con fluctuaciones anuales relacionadas con la producción y el mercado. Se constata la consolidación del premium de calidad frente a graneles no diferenciados.

En este ámbito la **agrupación de productores** entrevistada, apoyada con la operación 9.1.1 para comercializar **aceite y otra de vino**, indicó que la ayuda ha permitido **agrupar volúmenes significativos de granel,** pasando de centenares de miles de litros en cada cooperativa a varios millones a nivel de grupo, lo que ha facilitado **negociar contratos con operadores de mayor tamaño y mantener una posición más sólida** en campañas complicadas. La agrupación ha hecho posible que **cooperativas de pequeño tamaño, sin estructura comercial propia, cuenten con un servicio integral** de venta, facturación y atención al cliente, algo no accesible a nivel individual. Aunque los entrevistados no atribuyen directamente a la agrupación incrementos muy visibles del precio, consideran que **la mayor escala y profesionalización obtenidas contribuyen a sostener precios más realistas y estables**.

> Con las agrupaciones de productores de aceite y de vino impulsadas se ha incrementado la capacidad de negociación, desde una posición más sólida, además de proporcionar estructura comercial a pequeñas cooperativas

Dentro de los productos hortofrutícolas más importantes, el **Ajo Morado de Las Pedroñeras** (IGP) muestra una recuperación de sus precios y un aumento en su valor total, alcanzando los **10,99 millones de euros en 2023**. Cerca del 30% de su producción se

exporta, lo que sugiere que puede mantener precios altos en mercados especializados a pesar de la competencia**.**

El Azafrán de La Mancha (DOP) conserva precios elevados, alrededor de 6.000 €/kg, y **una alta tasa de exportación**, aproximadamente el 61% de su valor. Sin embargo, su valor económico total es pequeño debido a su bajo volumen de producción. La agrupación entrevistada permite **destacar el papel de la agrupación de productores como elemento de generación de valor añadido en pequeños sectores estratégicos.** La agrupación concentra la mayor superficie de azafrán del país comercializadas (bajo el CIF de la entidad), lo que ha mejorado la **credibilidad ante clientes y ha permitido impulsar inversiones en I+D** que buscan aumentar el valor añadido del producto (mejoras tecnológicas y de calidad) a través de la **profesionalización del sector**. Aunque el importe recibido es reducido la medida ha actuado como **incentivo** para captar el potencial de valor añadido del producto.

La agrupación de productores de azafrán ha permitido generar credibilidad ante clientes y el impulso de inversiones en I+D, que contribuyan a la profesionalización del sector

En el **sector del vino**, se observa una diferencia en el rendimiento y conviene distinguir entre denominaciones de **gran volumen** y denominaciones o **vinos de pago** más orientados a **segmentos premium**. Las grandes denominaciones crean valor asociado a la escala y el acceso a canales y en las pequeñas se asocia a precio medio y posicionamiento. **Las denominaciones de origen protegidas (DOP) grandes han perdido valor** durante el tiempo analizado. Por ejemplo, La Mancha bajó **de 194 millones de euros en 2016 a 68 millones en 2023**, y Valdepeñas, de 120 millones a 82 millones. Esto ocurre a pesar de que las exportaciones han aumentado (hasta cerca del 60% en La Mancha), lo que acusa la presión en los precios internacionales y la reducción de los márgenes en los mercados de productos básicos.

Por otro lado**, las denominaciones más pequeñas** (como Manchuela y Uclés) y los Vinos de Pago (como Vallegarcía y La Jaraba) **tienen valores más bajos pero más estables**, y se distinguen más por su calidad, o que concuerda con las estrategias de alta calidad y los mercados especializados.

En resumen, los datos indican **que ciertos productos clave**, como el queso, aceites con denominación de origen protegida y ajo, **han mejorado su valor**, lo que se refleja en precios promedio más altos, mayor valor económico y mejor presencia en mercados internacionales. En el caso del vino, la situación es diferente: las denominaciones de origen protegidas más grandes enfrentan precios ajustados y fuerte competencia internacional, mientras que los productos más exclusivos mantienen mejor su valor.

Respecto a **la contribución de la M3.2** en la promoción y la difusión **el gasto se concentra en vino y queso**, seguido de la producción vegetal y el aceite, en coherencia con la importancia económica de estas figuras de calidad diferenciada en la región y la búsqueda de **mejorar la notoriedad y la demanda.**

La **operación 9.1.1**, impulsando organizaciones y agrupaciones, posibilita **economías de escala, optimizaciones en la venta y el envasado, coordinación de calidades y negociación conjunta**. Aunque estos factores no siempre se traducen en un aumento rápido del valor por unidad, apoyan el valor total obtenido y la capacidad para llegar a clientes más exigentes y de negociación en el mercado.

En el caso de la operación 9.1.1, la ayuda ha impulsado a **15 agrupaciones, que integran 50 entidades, que han comercializado una producción de forma conjunta de 336.373.448,59€,** según la información recopilada por la unidad gestora, en las que hay un peso importante de la producción ecológica, ya que a excepción de 4 agrupaciones en el sector del moto, vinos y derivados, el resto están vinculadas a la **producción ecológica, con el 63,23% del total del volumen comercializado** de las entidades apoyadas. El resto de regímenes de calidad diferenciada también ha tenido un peso importante, con el 99,72% del volumen comercializado apoyado, ya que todas las entidades a excepción de la agrupación de frutos secos y la de hongos están acogidas a una figura de calidad diferenciada, más allá de la certificación ecológica.

El 66,36% de la producción comercializada por las agrupaciones de productores apoyada es ecológica y el 99,72% pertenece a otros regímenes de calidad diferenciada

La ayuda para las agrupaciones de productores ha sido importante para profesionalizar la comercialización

En la entrevista a la agrupación de productores de **pistacho, beneficiaria de la operación 9.1.1,** se pone de manifiesto que la **ayuda ha sido relevante para contar con un equipo especializado** en exportación y comercialización dedicado a abrir mercados exteriores, diversificar clientes y posicionar el producto, fundamentalmente ecológico, en segmentos de mayor valor añadido. Además, el proyecto apuesta por evolucionar desde la venta de granel hacia productos de "tercera fase" (tostado, harinas, pastas, etc.), lo que, de materializarse con ayuda adicional, permitiría capturar un valor añadido mucho mayor en origen.

Tabla 26. Volumen apoyado para la comercialización conjunta a través de agrupaciones y características de la calidad diferenciada apoyadas. medida 9

Sector	TOTAL		ECOLÓGICO	CALIDAD DIFERENCIADA
	Nº BEN	VOLUMEN COMERCIALIZ.		
ACEITE DE OLIVA	3	5.391.858,96	5.391.858,96	5.391.858,96
AZAFRÁN	1	172,31	172,31	172,31
FRUTOS SECOS. PISTACHO	1	319.326,70	319.326,70	-
HONGOS	1	608.789,15	608.789,15	-
MOSTO, VINOS Y DERIVADOS	9	330.053.301,47	206.368.298,12	330.053.301,47
Total	**15**	**336.373.448,59**	**212.688.445,24**	**335.445.332,74**

Fuente: unidad gestora de la medida

En opinión de una[7] persona productora de **agricultura ecológica** y beneficiaria de las ayudas del PDR, esta figura de calidad implica una forma de producir que va más allá de los valores ambientales, ya que aporta otro valor añadido, al permitir una técnica productiva diferencial y respetuosa, muy importante para **producir en territorios con condiciones climáticas muy adversas,** así como un **valor añadido fundamental para las personas consumidoras y en general para la sociedad**, al quedar demostrada la relación de un mayor beneficio de su consumo y producción en términos de **salud**, con una menor incidencia de enfermedades provocadas por el empleo de fitosanitarios y con ello, todas los beneficios derivados de este resultado, tanto de forma individual como para la sociedad.

El valor añadido de la agricultura ecológica proviene de su beneficio ambiental, en materia de salud, para los productores y los consumidores, además de ser una técnica productiva que ayuda a producir en territorios con condiciones ambientales muy adversas, entre otros aspectos

En opinión de esta agrupación, el hecho de que la concentración de la oferta esté liderada por agricultores organizados en cooperativas, y no por empresas privadas, es clave para que el **valor añadido generado en la cadena se quede en el territorio** y revierta en los productores. En este caso, se alerta de la "tentación" de **deslocalizar** parte de la cadena de valor fuera de Castilla-La Mancha, con propuestas para trasladar la fase industrial (transformación, envasado, etc.) a otras comunidades autónomas, donde se les ofrecería financiación y facilidades para instalar allí las industrias.

Las agrupaciones de productores permiten que el valor añadido generado en la cadena se quede en el territorio

Frente a esta situación, el consejo rector de la agrupación decidió **priorizar que la riqueza se quede en Castilla-La Mancha** y que, si se industrializa el pistacho, se haga en la propia región. Para que esta decisión sea sostenible, la agrupación considera **imprescindible que la administración incentive la implantación de la industria de transformación y de los servicios avanzados** (comercialización, marketing, innovación) en el territorio.

Las personas beneficiarias de la submedida 3.1 que han participado en la encuesta perciben que el mayor efecto positivo de la calidad diferenciada sobre los consumidores se genera porque **se valora más el producto**, con el 60,4% de las opiniones, aunque en este caso también se registra un **11,7% de personas que creen que no se valore el producto, por lo que apunta a una necesidad de seguir trabajando en este aspecto.**

La calidad diferenciada hace que se valore más el producto y atrae a consumidores nuevos pero es necesario seguir trabajando este aspecto

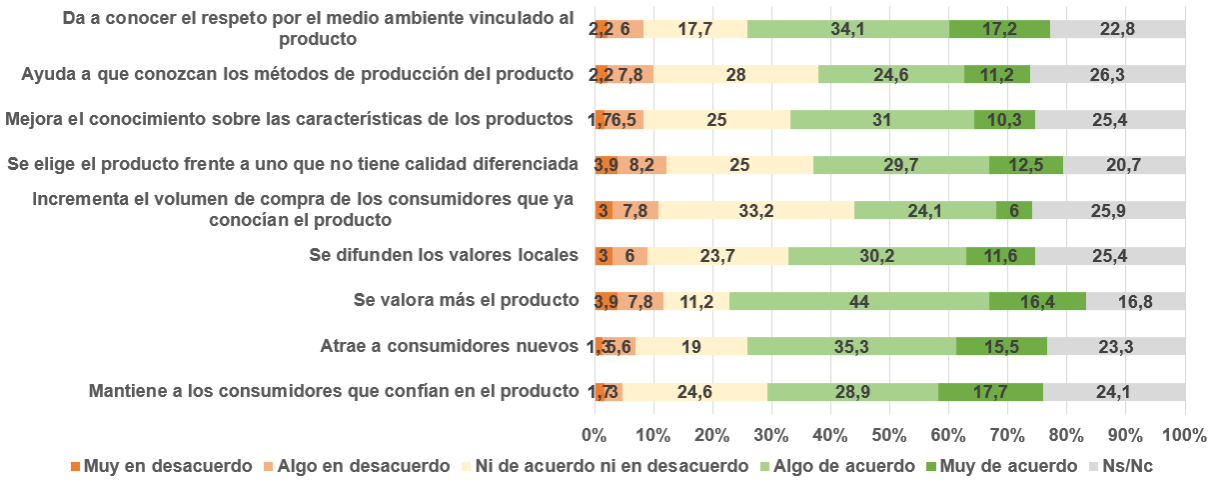
Otro efecto positivo de la calidad diferenciada sobre el valor añadido es la percepción de que **atrae a consumidores nuevos**, con el 50,8% de las respuestas, además de que se produce un efecto diferencial en la compra porque incide en que se elija el producto frente a otro que no esté amparado por una figura de calidad, como se expone por el 42,2% de las respuestas, ,junto a un 46,6% de

[7] Estudio de caso de agricultura ecológica PDR 2014-2022 https://www.youtube.com/watch?v=P5zX2A-9S9Q

respuestas que indica que mantiene a **los consumidores que confían en el producto**. En el 51,8% de las respuestas se expone que la calidad diferenciada, en este caso la agricultura ecológica, **da a conocer el respeto por el medio ambiente vinculado al productor**.

También hay un volumen importante de las respuestas que señala aspectos relacionados con **la identidad territorial**, ya que el 41,3% de las respuestas indica que mejora el conocimiento sobre las características de los productos, el 35,8% señala que ayuda a que se conozcan los métodos de producción del producto y el 41,8% opina que se difunden los valores locales.

Gráfica 19. Valoración de las personas productoras sobre el efecto de la calidad diferenciada en los consumidores. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

No obstante, también se indica por las personas que producen bajo figuras de calidad diferenciada que se percibe que **los consumidores son sensibles al aumento de precios**, **provocando el abandono de la compra**. Se detalla por muchas personas que **el precio incide en primer lugar sobre la opción de compra, aunque el consumidor sea consciente del valor añadido y los beneficios de la agricultura ecológica**. También se señala la percepción de una tendencia de disminución del poder adquisitivo de las familias, y el efecto de la inflación, que condiciona la compra, aunque en caso de poder acceder a ella, se elegiría frente a los productos convencionales.

Los consumidores son sensibles al incremento de precios en los productos de calidad diferenciada

Se describe que **los controles** a los que se somete la agricultura ecológica **generan confianza en el consumidor**, que elige estos productos porque inciden en su salud y el medio ambiente.

Los intermediarios de la cadena no siempre valoran la calidad diferenciada por lo que no remuneran en consecuencia al productor

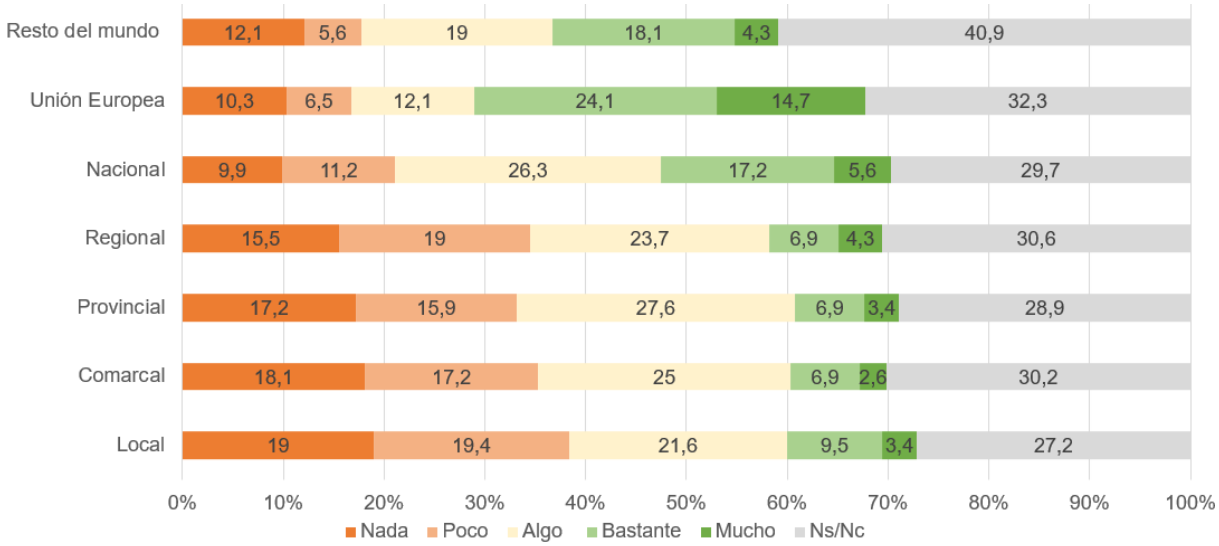
Se indica que las empresas intermediarias en la cadena alimentaria no siempre valoran el valor añadido ligado a la agricultura ecológica y esto afecta a la comercialización y el precio que se paga a los productores. No obstante, se señala

que los intermediarios están aplicando un margen excesivo a la producción ecológica, que dificulta su compra además de que no llega al productor.

Teniendo en cuenta lo anterior, las medidas del PDR dirigidas a reducir la atomización en la comercialización, como la operación 9.1.1 que impulsa la creación de agrupaciones de productores para la comercialización conjunta, así como otras que intentan impulsar los canales cortos de comercialización, estarían atendiendo estas necesidades detectadas por los productores.

Las personas productoras que han participado en la encuesta indican que la venta de cercanía, local (21,6%), o comarcal (25%), tiene alguna presencia en el consumo de sus productos, y solo un 12,9% señala que se consumen con mayor intensidad en el mercado local y un 9,5% en el comarcal. Este mismo patrón es el que se muestra para el mercado provincial o regional. En el caso del consumo nacional, se percibe más intenso, ya que se señala como bastante o mucho en el 22,8% de los casos y el más fuerte parece el mercado europeo, con el 38,8% de las respuestas en los mayores niveles.

Gráfica 20. Valoración de las personas productoras del mercado que consume sus productos. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

En relación a este aspecto, la exposición de las jornadas sobre logros y reflexiones del PDR, señalaba la **necesidad de concienciar al mercado de cercanía de los beneficios de la agricultura ecológica ya que, una vez generado el beneficio ambiental, no se está alcanzando el máximo impacto de la producción, al no consumir en cercanía aquellos productos que van a repercutir en la salud de las personas.**

El máximo impacto de los beneficios de la agricultura ecológica se produciría en el consumo de cercanía

Este aspecto también se pone de manifiesto por las entidades que han realizado actividades de promoción con la submedida 3.2, en las que en el caso del **aceite, queso y producción ecológica el mercado local lo no es el más destacado** por el conocimiento del producto ni por su nivel de ventas. El mercado local adquiere alguna relevancia más en opinión de algunas entidades (50%) que han

promocionado el vino, pero no para todas. El mercado comarcal o provincial sólo se destacan en el caso del vino, pero no se percibe bastante conocimiento del aceite, queso o producción ecológica. La Unión Europea es un mercado relevante para la comercialización de la producción ecológica y el vino, en opinión de las entidades que han realizado la promoción de los productos. En el caso del queso adquieren importancia otros países ajenos a la UE.

Internet y las redes sociales cobran importancia en la promoción de los productos bajo algún régimen de calidad

La forma de acercar los productos al mercado es diversa, según exponen las entidades que han realizado promoción de los mismos, y **se emplea la prensa escrita, la radio y la televisión, pero destaca el papel de internet y las redes sociales en la promoción** de los productos de calidad diferenciada, además de las publicaciones específicas.

En relación al mercado consumidor y las actividades de promoción, los esfuerzos realizados son coherentes con el consumo de cada mercado, de forma que el menor número de actividades que se realiza por las entidades, a excepción del aceite, tiene un carácter local, comarcal, o provincial. Estos esfuerzos se realizan en algún caso más, como el del queso, con carácter autonómico, o nacional para el vino. La promoción del aceite se ha dirigido a mercados cercanos a las zonas productoras con un número elevado de acciones (más de 10) en los ámbitos local, comarcal, provincial y autonómico.

En general, las 7 entidades que han realizado actividades de promoción y que han participado en la encuesta perciben un **impacto elevado en aquellos mercados donde se han dirigido las actuaciones** y se genera:

- Un **mayor conocimiento** del producto (a excepción del queso)
- La **mejora de la imagen** (a excepción del queso)
- Aumento de **interés** o del nivel de ventas en **nuevos consumidores** en el caso del aceite y la producción ecológica
- Incremento del nivel de ventas en **consumidores que ya conocían el producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica
- Mayor conocimiento sobre los **métodos de producción del producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica
- Mayor conocimiento sobre el **respeto por el medio ambiente vinculado al producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica
- Mejora de la **calidad de vida o salud de los consumidores**, en el caso del aceite y la producción ecológica

Las entidades consideran que estas actuaciones de promoción tienen efectos respecto a los productores, en tanto que impulsan la comercialización en nuevos mercados y permiten la mejora organizativa o de profesionalización del sector, además de impulsar la comercialización de nuevos productos. El resultado territorial genera un **incremento de empleo,** en opinión de estas entidades.

Algunos logros de las actuaciones realizadas para promocionar el vino y el aceite destacados apuntan a un aumento de la **cuota de mercado y la consecución de nuevos canales de**

comercialización, además de la **innovación en la marca de calidad**, en este último caso también apuntado en la producción ecológica.

En el vino también incide en la **ampliación de la gama de productos y en la modernización de las explotaciones**, que en este último caso también se señala en el aceite, además de la mejora de los procesos productivos y la aplicación de procesos productivos respetuosos con el medio ambiente, en ambos productos.

Las principales barreras apuntadas para realizar las actividades de promoción señalan la **falta de recursos económicos** (aceite y producción ecológica), **una normativa compleja y la carga administrativa,** mencionada por todas las entidades que han llevado acciones de promoción, así como la falta de personal en el caso de la promoción de agricultura ecológica.

Las principales barreras para la promoción son la falta de recursos económicos, la normativa compleja y la carga administrativa

Se han destacado **problemas con los plazos y con las modificaciones de las condiciones de pago**, como barreras para realizar las actividades, en el caso de entidades relacionadas con la promoción del vino y del queso.

La ayuda de **la submedida 3.2 ha sido necesaria para llevar a cabo las actuaciones** ya que las entidades señalan que **se habrían llevado a cabo pero no con tanta magnitud o habrían sido diferentes**, en función del presupuesto disponible, a excepción de una entidad que ha promocionado el vino, que las hubiera llevado a cabo igualmente.

Las entidades señalan que para mejorar el nivel de ventas deberían impulsarse:

- *Campañas de promoción genérica a nivel Unión Europea como apoyo a las acciones individuales realizadas por cada figura de calidad, en el caso del aceite.*
- *Una comunicación más clara de lo que es una figura de calidad diferenciada, con la DOP en la cima de pirámide de calidad, exigencia y garantía de control y origen.*
- *Visibilizar a los productores y sus marcas en las acciones sujetas a las ayudas de promoción. En este aspecto encuentran ineficaz y contraproducente que en un evento, cata, folleto… no se puedan incluir, por ejemplo, vinos de bodegas y sus nombres, ya que el consumidor/profesional busca productores bajo el paraguas de una DOP, no un producto genérico que no se puede comprar.*
- *Acciones que permitan que el consumidor este informado y sepa lo que es un producto con DOP para que sepa diferenciar un producto certificado, con más garantías que otros que no lo están.*
- *Acciones que permitan que bares, restaurantes, hoteles y hostelería en general, sepan lo que es un producto de calidad diferenciada, muchas veces más caro que el producto que no la tiene.*

Como propuestas de **mejora del diseño de la ayuda, además de la eliminación de barreras administrativas, se incluyen aquellas para un mayor impulso de la comercialización de productos de calidad diferenciada**, por ejemplo, en el caso del queso:

> *Concienciación de los consumidores con los productos de calidad (respeto al medio ambiente, producción local)*

Impulso de medidas estratégicas para la industria agroalimentaria

Crecimiento del consumo de calidad diferenciada generalizado lo que hace que nuestra marca tenga este incremento sin esfuerzo

Campañas realizadas por la Administración de la Comunidad Autónoma

Campañas realizadas por la Administración General del Estado

Campañas realizadas por la Unión Europea

Campañas a realizar fuera de la UE.

Participación de los productores primarios en el precio de los productos agrícolas

La participación de los productores en el precio final se entiende como el grado en que éstos influyen en la formación de precios y capturan una proporción más elevada del valor añadido generado en la cadena agroalimentaria. Esto no sólo se refleja en precios unitarios pagados a los productores más altos, sino también en contratos más estables, reducción de la intermediación, mejora en la transparencia de liquidaciones y mayor capacidad de negociación colectiva.

Las medidas 3 y 9 del PDR de Castilla-La Mancha se centran en fortalecer la posición de los agricultores dentro de la cadena de valor agroalimentaria, buscando que **un porcentaje mayor del precio final beneficie directamente al productor primario**. Las acciones están diseñadas para que **los productores obtengan más valor por sus productos**, ya sea **diferenciando la calidad** para mejorar los precios respecto a la producción convencional, o mediante la **asociación y la venta conjunta** para disminuir la cantidad de intermediarios, mejorar su capacidad de negociación disminuyendo la atomización, así como capturar una mayor parte del precio en origen con una mayor participación en los precios.

De manera complementaria a estas medidas, el Programa de Desarrollo Rural impulsa mecanismos que fortalecen el poder de negociación de los productores, su influencia en la formación de precios y el impacto indirecto de las ayudas en su capacidad de obtener una mayor proporción del valor generado y mejorar el reparto de valor a lo largo de la cadena (farm share) también con la submedida 4.2, a través de la que se apoyan las inversiones en la industria agroalimentaria, especialmente cuando esta adopta la fórmula de cooperativa o asociaciones de estas.

La submedida 3.1 con el impulso de la inclusión de la calidad diferenciada en 3.557, con predominio de la **agricultura ecológica** ha promovido una mejora competitiva de las explotaciones, entre las que se pueden encontrar un mayor precio de venta, entre otros aspectos, en aquellos casos en que los consumidores reconocen y están dispuestos a pagar un precio más elevado por la calidad certificada.

En Castilla-La Mancha, los productos con denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas o algunas producciones ecológicas tienen precios más altos que los productos convencionales, lo que contribuye a generar un diferencial en el valor final que recibe el productor.

Este efecto es claro en **productos emblemáticos de calidad diferenciada**, con una evolución que se ha recogido en la Tabla 27, en a que se observan ejemplos **notables de aumentos de precio desde 2015 hasta 2023** para productos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) en la región. La **evolución de los precios** medios muestra una tendencia general al alza en el medio plazo, aunque con una marcada volatilidad interanual. En los últimos siete años, la mayoría de producciones han incrementado sus precios medios, especialmente el aceite, el queso manchego y el azafrán.

Tabla 27. Precio medio de los productos en figuras de calidad diferenciada (€/kg; €/hl en vino)

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aceite Campo de Montiel (DOP) 3.1 | 3.2	3,70	3,90	3,80	3,00	3,00	3,80	3,90	7,90
Aceite de Campo de Calatrava (DOP) 3.1 | 3.2	4,60	4,70	4,50	4,00	4,50	4,30	4,40	9,70
Aceite de la Alcarria (DOP) 3.1	4,60	5,91	6,49	5,18	4,73	5,58	6,64	7,97
Aceite Montes de Toledo (DOP) 3.1 | 3.2	4,80	5,20	6,80	6,50	7,20	7,30	7,60	12,00
Cordero Manchego (IGP) 3.1 | 3.2	6,82	6,74	6,75	6,68	6,66	7,86	9,50	10,07
Azafrán de la Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	2.500	4.840	5.000	4.650	5.000	6.500	6.000	6.000
Berenjena de Almagro (IGP) 3.2	5,83	5,83	5,72	5,72	5,72	2,75	5,50	5,50
Ajo Morado de las Pedroñeras (IGP) 3.1 | 3.2	3,20	3,09	3,47	2,80	3,27	3,02	2,98	4,08
Espárrago Verde de Guadalajara (IGP)	8,30	8,30	8,30	3,64	8,30	7,20	7,20	7,20
Melón de la Mancha (IGP)	0,48	0,50	0,32	0,35	0,49	0,38	0,43	0,47
Miel de la Alcarria (DOP) 3.1	10,50	10,75	13,00	13,00	12,00	8,00	8,00	12,00
Mazapán de Toledo (IGP)	23,50	23,71	24,16	25,06	20,53	15,85	30,31	28,63
Pan de Cruz de Ciudad Real (IGP)	2,20	2,20	2,20	2,20	2,20	2,20	2,50	2,80
Queso Manchego (DOP) 3.1 | 3.2	11,50	11,50	12,00	12,00	12,00	12,50	14,50	16,00
Almansa (DOP) 3.2	242,92	106,53	232,54	294,75	308,64	275,03	314,40	338
La Mancha (DOP) 3.1 | 3.2	325,45	327,44	302,56	269,30	264,12	251,71	261,79	282
Manchuela (DOP) 3.1 | 3.2	286,30	275,91	300,01	262,65	205,37	278,95	272,57	279
Méntrida (DOP) 3.2	85,38	193,05	366,90	156,68	155,59	367,92	309,16	310
Mondéjar (DOP)	322,43	436,58	885,57	963,14	57,14	625,00	627,90	540
Ribera del Júcar (DOP) 3.2	392,70	299,80	378,84	306,51	321,55	298,35	348,55	336
Uclés (DOP) 3.2	227,23	235,33	276,65	289,16	163,31	241,30	218,00	303
Valdepeñas (DOP) 3.2	208,66	207,95	229,12	233,10	233,05	183,14	186,88	209
Los Cerrillos (DOP)	-	-	-	-	-	648,91	800,00	800
Calzadilla (DOP)	1.186,85	833,33	1.002,75	1.020,98	983,05	1.271,19	1.167,88	1.357
Campo de la Guardia (DOP)	608,54	433,35	486,58	457,87	461,83	531,41	699,06	728
Casa del Blanco (DOP)	647,88	603,93	574,43	654,91	715,62	557,25	553,25	588,11
Dehesa del Carrizal (DOP)	760,71	676,55	826,22	856,98	862,23	888,85	901,91	979
Dominio de Valdepusa (DOP)	805,57	684,05	751,25	755,19	804,96	791,87	768,98	765
El Vicario (DOP)	-	-	-	-	432,33	508,88	509,10	615
Finca Élez (DOP)	562,58	112,59	524,29	1.529,00	195,57	108,20	74,84	294
Guijoso (DOP)	691,53	148,53	166,36	180,06	226,76	225,65	185,25	156
La Jaraba (DOP)	-	-	-	-	0,00	277,59	345,60	555

D.O.P e I.G.P	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Pago Florentino (DOP)	871,81	871,11	879,93	851,28	941,15	922,15	945,56	916
Río Negro (DOP)	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosalejo (DOP)	-	-	-	-	-	-	-	-
Vallegarcía (DOP)	-	-	-	-	1.387,44	1.378,99	1.312,59	1.400
Castilla (IGP) 3.1 | 3.2	46,76	83,49	67,17	59,81	55,11	54,62	82,44	94,82
Jumilla (DOP)	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España, años 2016 a 2023. Se ha indicado aquellas figuras que han tenido apoyo de la medida 3, bien de la submedida 3.1 o bien de la 3.2

En todos estos casos, **el precio que se le paga al productor ha subido por encima de la inflación**[8], gracias a su posicionamiento en los mercados de calidad. Por ejemplo, un agricultor de **Ajo Morado de Las Pedroñeras** ha casi duplicado el precio por kilo de su ajo en este tiempo. El precio del **Azafrán de La Mancha** se multiplicó desde 2.500 € hasta 6.000 € por kg. El **Queso Manchego** y el **Aceite de oliva Montes de Toledo** han subido alrededor de un 40% y un 155%, lo cual muestra que los productos manchegos de calidad son más solicitados en mercados nacionales e internacionales y que al comercializar bajo estos sellos los agricultores pueden exigir precios en origen más altos.

Sin embargo, **no todos los sectores muestran el mismo comportamiento**. En ciertas denominaciones de origen de vino grandes, como La Mancha o Valdepeñas, el valor económico total bajó en los últimos años, a pesar de exportar más, debido a cosechas más pequeñas, precios internacionales bajos y cambios en la estrategia de ventas, quedando el precio condicionado por el mercado. A pesar de todo, la calidad diferenciada suele estar relacionada con un mayor valor y mejores precios para el productor, siempre que la oferta se adapte bien a la demanda.

Los datos presentados indican que, en las producciones con sistemas de calidad, el valor unitario subió durante el periodo estudiado, lo que mejoró la **posición del productor en la cadena de valor**. Al vender productos certificados a precios más altos, el agricultor **obtiene una mayor parte del precio final**.

En este aspecto, la **medida 9, ha promovido la agrupación de productores, para la comercialización conjunta, de forma que a partir de la disminución de la atomización se puede incidir en un mayor poder de negociación**, impulsando de esta forma que los productores tengan una mayor participación en el valor final de la producción, a través de la **integración horizontal**.

Desde la agrupación del pistacho apoyada con la operación 9.1.1 se indica que, aunque no existen datos públicos de precios como en otros sectores (por ejemplo, el aceite de oliva), **el aumento constante de agricultores y cooperativas que se integran en la agrupación como un indicador de que perciben mejores condiciones (precios y servicio).**

En ausencia de indicadores de precios pagados a los productores, el aumento constante de agricultores en la agrupación es un indicador de mejores condiciones

[8] Informes del MAPA sobre DOP, IGP y ETG de productos agroalimentarios en España

Más allá del diferencial de precios pagados al productor que genera la calidad diferenciada, la participación de los productores en la cadena de comercialización, disminuyendo intermediarios a través del impulso de **canales más cortos**, permite de la posibilidad de que llegue a las personas que producen un **mayor valor por sus producciones**. Un referente de esta participación de los productores en la cadena de comercialización se produce en las **cooperativas agroalimentarias**. Castilla-La Mancha tiene una tradición cooperativa arraigada, con 532 cooperativas agroalimentarias[9] de primer grado y 22 de segundo grado, lo que supone el 26,2% de la industria agroalimentaria regional en 2024, que incluyen a unos 158.600 productores y generan más de 6.700 empleos directos. Esta sólida estructura asociativa ha permitido que los **productores de la región participen activamente en la transformación y venta de sus productos,** como en el caso de muchas bodegas y almazaras que son cooperativas, **reteniendo así una parte importante del valor añadido en el lugar de origen.** En cualquier caso, la extensión de las cooperativas de segundo grado es limitado.

La operación 9.1.1 ha contribuido a la integración cooperativa, generando cooperativas de segundo grado

La **operación 9.1.1** del PDR ha contribuido a reforzar este modelo apoyando la creación de nuevas agrupaciones de productores agroalimentarios con el objeto de comercializar conjuntamente, aunque ha tenido una acogida limitada ya que sólo se han apoyado 15 nuevas agrupaciones en la región. En este caso, **a excepción de 4 agrupaciones que se han constituido como sociedades limitadas, el resto han tenido la forma de cooperativas**.

Una agrupación que finalmente se ha disuelto tras los compromisos de la ayuda percibe que el modelo de agrupación tiene **mejor funcionamiento cuando se trata de cooperativas**, al menos en sectores grandes, ya que percibe que en la agrupación de otras figuras empresariales **predominan los intereses individuales de cada entidad, resultando más complejo el ejercicio de generosidad en la agrupación.**

Se ha pagado una ayuda de 4.048.292,01€ a 15 agrupaciones, que integran a 50 entidades y 17.364 explotaciones

Con un importe de la ayuda aprobado de **4.615.838,24 €, del que a finales de 2024 ya se habían pagado 4.048.292,01€, se ha contribuido a comercializar un volumen de producción de 336.373.448,59€, proveniente de 17.364 explotaciones agrarias**, superando el objetivo de explotaciones beneficiarias en un 102,14%.

Estas agrupaciones también han contribuido a **comercializar** productos de calidad diferenciada, en el caso de **ecológico en 11 entidades** (todas menos 4 que se dedican al vino) y **en otras figuras de calidad diferenciada, todas menos la dedicada a pistacho y hongos**, que cuentan con producción ecológica.

Si bien esta cifra es pequeña en comparación con el sector cooperativo regional en su conjunto, su importancia radica en los subsectores que abarca - vino, aceite de oliva, azafrán,

[9] EL-COOPERATIVISMO-AGROALIMENTARIO-EN-CIFRAS-informe-global-2024.pdf

pistacho y hongos - donde la concentración de la oferta es necesaria para que los pequeños productores puedan mejorar su posición en el mercado.

Por otro lado, la operación 9.1.2, dirigida a agrupaciones en el sector forestal, no se ejecutó por falta de solicitudes, por lo que no ha tenido impacto en este ámbito. Por lo tanto, todos los resultados de la medida 9 se centran en el sector agroalimentario. Este bajo **éxito de participación en la 9.1.2** se atribuye, en el PDR, a la **dificultad para aplicar en el sector forestal la normativa de agrupaciones** contemplada en el artículo 27 del Reglamento (UE) 1305/2013, por lo que se optó por transferir los fondos.

La agrupación de productores encuentra dificultades limitantes en el sector forestal

Percepción de los actores implicados sobre los resultados en materia de competitividad, valor añadido y participación en el precio de los productos

Con una visión más amplia de los aspectos que repercuten en **la competitividad de las explotaciones**, del valor añadido de las producciones y de la participación de los productores del precio final, al consultar en la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1, sobre su percepción del **efecto que han obtenido al producir con calidad diferenciada**, en distintos aspectos, se ha obtenido información de interés para comprender los resultados de la ayuda.

El principal **efecto positivo** observado, con el 53,4% de las respuestas se muestra en el **precio de venta y los ingresos**, aunque en este caso también se indica un efecto negativo en el 11,6% de las respuestas. En este caso, las respuestas abiertas y las entrevistas con algunos actores indican que hay productos y campañas en las que los precios de la producción ecológica supera a la convencional y en otros productos y campañas ocurre lo contrario. Un ejemplo aportado se encuentra en el aceite, en campañas en las que el precio del convencional ha subido de forma muy elevada, el de ecológico ha sido equiparable en precios con aquel, sin mostrar una subida tan elevada, en opinión de algunos productores. También ocurre con el pistacho.
De forma contraria, con **el cereal los precios de ecológico no son capaces de motivar su producción, abandonando este cultivo**, con las implicaciones que conlleva.

La calidad diferenciada tiene efectos positivos en el precio de venta y los ingresos, aunque en algunas producciones ecológicas no se produce este diferencial

También con un elevado resultado, indicado por el 51,8% de las personas que han respondido, se señala el **impacto en el suelo, con las implicaciones productivas que conlleva a medio y largo plazo.** Otros efectos positivos señalados señalan aspectos ambientales, y de salud familiar, lo que guarda coherencia con la motivación ambiental que genera la inclusión de la agricultura ecológica.

También destaca con el 51,7% de las respuestas el **efecto positivo en la capacidad de diferenciación del producto y el acceso a nuevos mercados**, con el 33,2% de las respuestas. En este caso, se señala la posibilidad de reducir la competencia con respecto a productores de oros países, al estar **mejor posicionados** en cuanto a producción ecológica. El **reconocimiento del producto** se destaca como efecto positivo por el 47% de las personas

que han respondido a la encuesta, aunque también en el 9,1% se percibe un efecto negativo en este aspecto, con el que seguir trabajando para generar valor añadido.

Se señalan efectos negativos en cuanto a la cantidad de producción y los costes más elevados

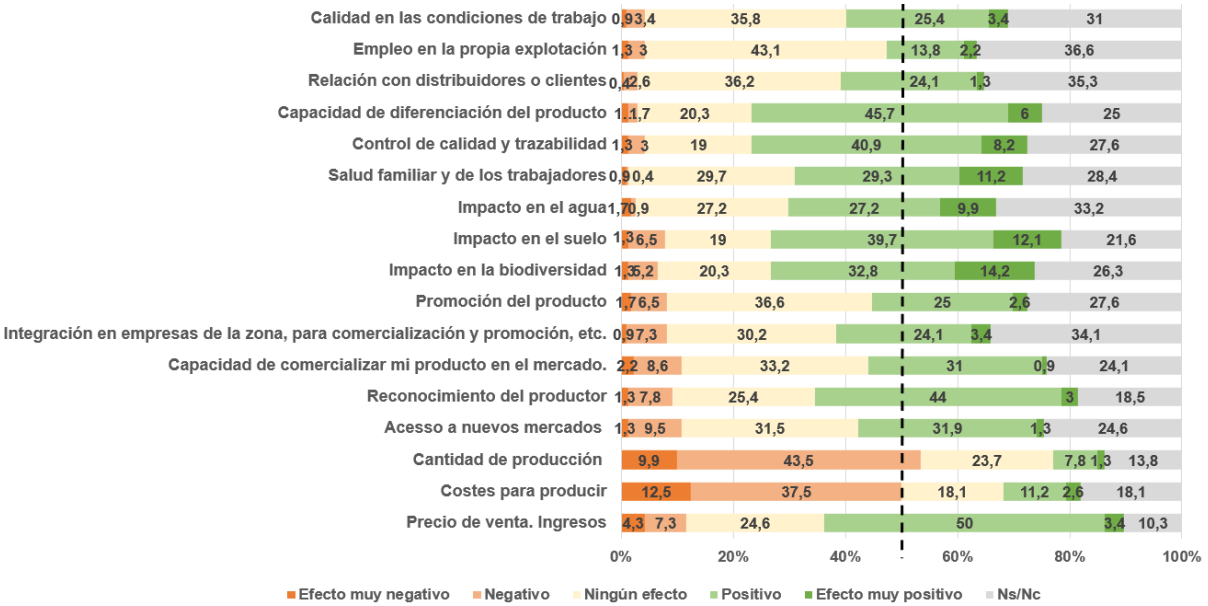
El **resultado más negativo se muestra en la cantidad de producción y en los costes asociados**, que incide de forma directa en la **competitividad** de la explotación y conlleva al **abandono cuando no existen ayudas o el valor del mercado no consiguen equiparar la rentabilidad a la producción convencional,** como se ha puesto de manifiesto por los productores al señalarse como principal causa de abandono.

Otros efectos positivos señalados son el **desempeño del trabajo en un terreno sano**, y la **tranquilidad de poder comer con seguridad alimentaria** los alimentos que se generan naturalmente en los terrenos cultivados, como los espárragos o las setas. Se señala como efecto positivo la ***satisfacción personal*** **de producir con la mínima contaminación**, estar conservando el entorno, contribuyendo positivamente al medio ambiente, además de "*hacer las cosas bien*", señalando la posibilidad de dejar **un terreno en condiciones adecuadas para las generaciones futuras.** También se indica por una persona el efecto positivos de la capacidad de adquirir conocimientos nuevos. También se señala por una persona la dificultad que supone combatir determinadas plagas (por ejemplo en pistacho) sin productos o conocimiento para ello.

Otros valores añadidos se señalan en el desempeño del trabajo en condiciones seguras, seguridad alimentaria e inversiones ambientales para las generaciones futuras.

Otros **efectos negativos señalados son el incremento del trabajo y el exceso de controles** sin que se vea repercutido el esfuerzo en el precio final. También se señala la intranquilidad que genera la posibilidad de realizar alguna acción contraria a la normativa, por desconocimiento, y las consecuencias administrativas que implica.

Gráfica 21. Principales efectos obtenidos al producir con calidad diferenciada. Proporción de respuestas de las personas beneficiarias de la submedida 3.1.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

Las personas productoras de regímenes de calidad señalan, en un 50,8% de los casos con **efectos positivos o muy positivos**, que los nuevos sistemas de producción agraria han permitido contribuir **al medioambiente del entorno**, teniendo en cuenta el carácter mayoritario de la agricultura ecológica, frente a un 14,2% que señala un efecto negativo.

Tras este efecto, el más señalado, con un 31,5% de las respuestas positivas, pone en valor el **efecto demostrativo** ya que se señala que la formación de la persona agricultora que aplica el régimen de calidad ha contribuido a que otros agricultores y ganaderos apliquen las mismas prácticas.

Adicionalmente, **con un 25,5%** de las respuestas positivas, se apunta a que el cambio a la producción de calidad diferenciada ha permitido aumentar la **renta de la explotación y con ello el nivel de vida,** aunque en este caso, un **34,4% apunta a un efecto negativo en la renta.**

Con la agricultura ecológica se está incidiendo en la paliación del abandono de la actividad agraria y de la despoblación rural

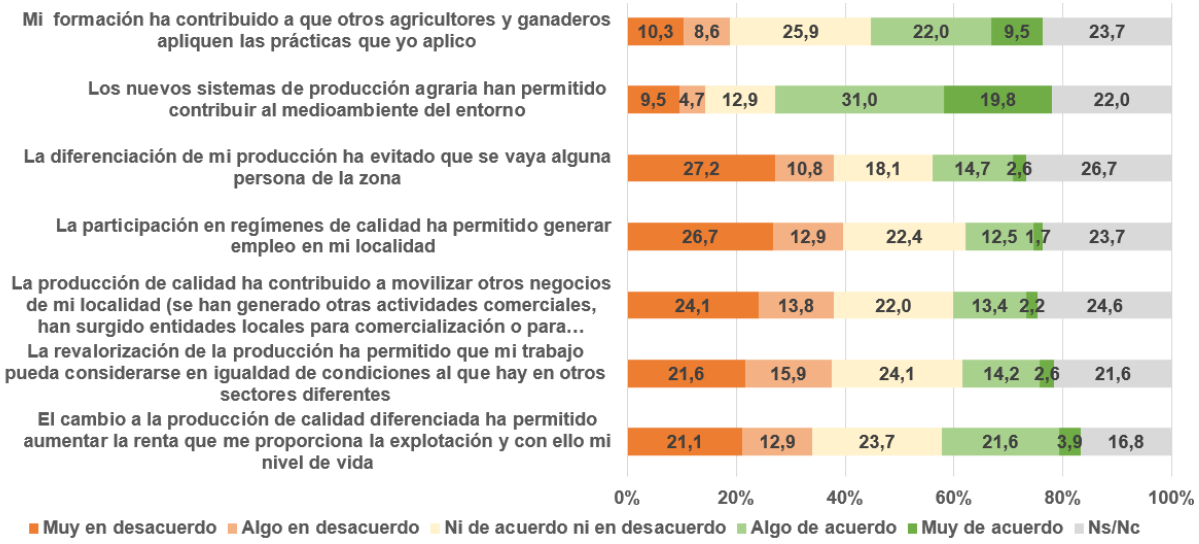
En un 17,3% de las respuestas se señala el efecto para **paliar el despoblamiento**, al evitar que se vayan personas de la zona y en el empleo, con el 14,2% de las respuestas positivas, además de a dinamización económica de la zona, con el 15,6%.

En este aspecto también coincide la agrupación de productores de pistacho, que indica que la puesta en valor de la producción y la comercialización de pistacho ecológico ha incidido en la **paliación del abandono de la actividad agraria y de la despoblación rural**, ya que algunos agricultores que habían emigrado a las ciudades han regresado a sus pueblos de origen, motivados por la rentabilidad del pistacho y por la existencia de una estructura cooperativa que garantiza la comercialización del producto. **No sólo se han mantenido explotaciones**

familiares, sino que en muchos casos se han adquirido pequeñas fincas adicionales en el término municipal, ampliando así la base productiva.

La comercialización de las setas y hongos, ha generado en opinión de la agrupación que la ha impulsado, **la generación de hasta 40 puestos de trabajo directos en pueblos de entre 1.500 y 3.000 habitantes,** con un efecto relevante en entornos rurales de pequeño tamaño.

Gráfica 22. Valoración de las personas productoras sobre los efectos de la calidad diferenciada en aspectos socioeconómicos y ambientales. Proporción de respuestas.



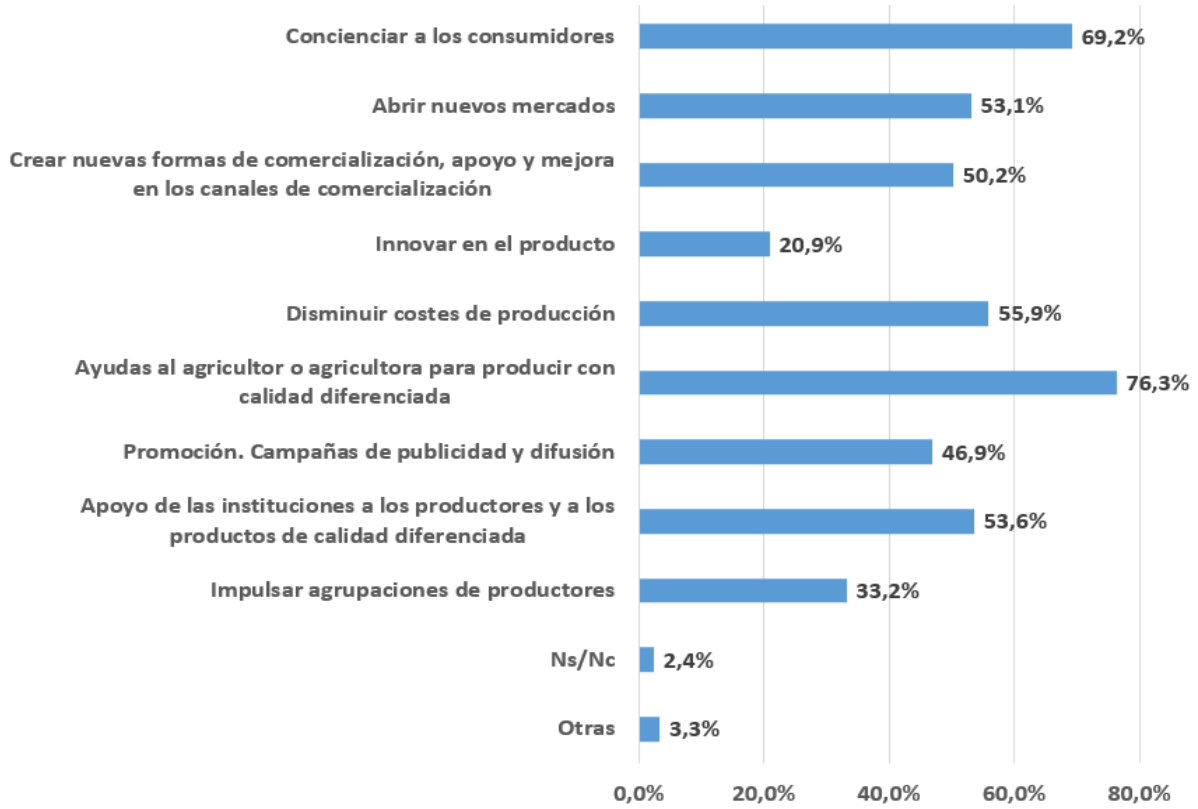
Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

No obstante, también se describen importantes **dificultades para consolidar este empleo**, en opinión de la agrupación de productores de setas y hongos, relacionadas con la **necesidad de mano de obra,** especialmente en determinadas campañas, para las que necesitan contratar personas extranjeras ya que los **expedientes administrativos** para estos contratos, que calculan inicialmente en tres meses, **se alargan** hasta seis, de modo que cuando la autorización llega, parte de la producción ya se ha perdido por **falta de personal para recogerla y procesarla**. Esta situación da lugar a escenas en las que se ven obligados a tirar producto, pese a existir demanda y capacidad productiva potencial, debido al desajuste entre tiempos administrativos y tiempos de la producción agraria. Este problema por tanto, **requiere de la colaboración de varias Administraciones, excediendo el marco de las competencias de agricultura.**

La necesidad de mano de obra extranjera para atender las campañas de producción hace necesaria la agilización de trámites y la coordinación de las Administraciones

Los **retos señalados por las personas productoras** para el futuro en el régimen de calidad diferenciada destacan en primer lugar a **las ayudas**, con el 76,3% de las respuestas y a la **necesidad de concienciar a los consumidores** (69,2%), aspectos en los que el PDR tiene capacidad de actuación directamente, junto al **apoyo de las instituciones** a los productores y a los productos de calidad diferenciada (53,6%).

Gráfica 23. Retos señalados por los productores para el futuro en el régimen de calidad diferenciada. Proporción de respuestas.



Fuente: Elaboración propia datos obtenidos de la encuesta a las personas beneficiarias de la submedida 3.1 de 2016 a 2025

La **promoción** (46,9%) y la **creación de nuevas formas de comercialización**, **apoyo y mejora de los canales para la misma** (50,2%) también se mencionan por una amplia proporción de personas, aspectos en los que el PDR también puede prestar su apoyo a través de distintas medidas.

Los retos señalan a las ayudas, la concienciación de consumidores y su participación en el valor añadido, apoyo institucional y nuevas formas de comercialización

Algunas aportaciones adicionales señalan que el **trámite para solicitar la ayuda no es proporcional al importe de la misma**, por lo que desincentiva su solicitud, ya que las ayudas son insuficientes, además de necesitar una revisión del proceso de gestión.

También se detalla que **faltan programas de publicidad que pongan de manifiesto la alta calidad de estos productos y cómo puede participar el consumidor en los valores de los mismos a través de la compra de los mismos y en el desarrollo/conservación del medio ambiente a través de su consumo**. Se menciona con insistencia la necesidad de que se valore estos productos, para que el consumidor final tenga conocimiento de lo que suponen y acceda a su compra, a un precio justo para la persona que los produce. **Se reclama un papel más activo de la Administración para promover el cambio hacia regímenes de calidad diferenciada.**

Se insiste en que es **necesario divulgar el modelo asociativo** para promover esta forma colectiva de comercialización, y generar valor añadido a través de la misma. En muchas ocasiones se menciona la necesidad de **mejorar la comercialización.**

Se indica la necesidad de **reducir los costes para los productores, apoyando el asesoramiento o la formación gratuitas.**

La divulgación del modelo cooperativo y asociativo y la reducción de costes de los productores para cumplir con los requerimientos normativos parecen necesarios para impulsar el éxito de las ayudas

Se menciona la necesidad de **reforzar la comunicación entre la Administración y las entidades colaboradoras y las entidades de asesoramiento** para que esta falta de comunicación no repercuta en fallos que al final terminen incidiendo de forma negativa en los productores.

En una ocasión se explica que el agricultor medio está sometido a la **presión de los fondos de inversión**, que consideran una competencia que los amenaza. En este caso, la persona que participa en la encuesta propone diferenciar los cultivos para que el productor medio no sea finalmente anulado por esta amenaza.

Se **reconoce el trabajo realizado por la IGP de Cordero Manchego**, indicando que ha puesto en valor una carne de mucha calidad que de otra forma no se hubiera dado a conocer, teniendo en cuenta las razas foráneas que ya están implantadas en el mismo territorio.

7.1.2.3. La competitividad de la industria regional ha mejorado (M9)

La industria agroalimentaria de Castilla-La Mancha es un pilar fundamental en la economía de la región y se caracteriza por un amplio tejido productivo y una notable presencia del cooperativismo agrario. Hasta mayo de 2025 había registradas 5.603 industrias agroalimentarias[10], de las que **hay unas 532 cooperativas agroalimentarias de primer grado** (además de 22 de segundo grado) (Cooperativas agro-alimentarias Castilla-La Mancha), que congregan aproximadamente a **158.600 socios** y generan más de **6.700 empleos directos**, lo que equivale al 26,2% de las industrias agroalimentarias en la región y contribuye alrededor del 21,9% al PIB industrial de Castilla-La Mancha.

El diagnóstico de la situación de partida evidencia la atomización del sector frente a un posicionamiento globalizado, en el que la integración de los productores primarios es importante para **mejorar su posición en la cadena de valor y la resiliencia** del sector ante **desafíos** como la **volatilidad de precios** y las **sequías**. En consonancia con esta realidad, Castilla-La Mancha incluyó, en su PDR, la medida 9, de creación de grupos y organizaciones de productores, cuyo objetivo es fortalecer la capacidad de organización y comercialización conjunta de los agricultores para enfrentar la creciente competencia de mercados cada vez más concentrados. Esta medida se complementa con las inversiones en calidad diferenciada

[10] https://datosabiertos.castillalamancha.es/dataset/registro-de-industrias-agroalimentarias-de-castilla-la-mancha-ria

(medida 3) y otros apoyos, con el objetivo de mitigar la fragmentación del sector agroalimentario e impulsar una industria regional más competitiva y sostenible.

Tabla 28. Nº de entidades por sectores y peso en el total regional de la industria agroalimentaria regional

Sector	Nº	%
0000 - Sin tipificar	86	1,53
0101 - Mostos, vinos y derivados vínicos	960	17,13
0102 - Alcoholes, aguardientes y licores	45	0,80
0103 - Cervezas, sidras y otras bebidas fermentadas	26	0,46
0111 - Aceites y grasas vegetales	418	7,46
0112 - Leche y derivados	275	4,91
0113 - Carnes, incluidos carne de aves, caza y derivados	840	14,99
0114 - Frutas y hortalizas, tubérculos y legumbres	595	10,62
0115 - Productos de molinería, almidones y productos amiláceos	300	5,35
0116 - Frutos secos y derivados	94	1,68
0117 - Mieles y ceras	94	1,68
0118 - Extractos, salsas, especias y condimentos	42	0,75
0119 - Azúcares y edulcorantes	4	0,07
0120 - Panadería, pastelería, bollería y confitería	1.199	21,40
0121 - Cafés, sucedáneos e infusiones	21	0,37
0122 - Aperitivos y otros alimentos	38	0,68
0123 - Huevos	101	1,80
0201 - Bebidas no alcohólicas	37	0,66
0301 - Forestales, plantas aromáticas y medicinales	99	1,77
0302 - Fibras vegetales no textiles	2	0,04
0303 - Semillas, flores y plantas vivas	59	1,05
0304 - Henos, forrajes y piensos, alimentación animal	210	3,75
0311 - Lana, cuero y pieles	2	0,04
0401 - Procesado y conservas de pescado, crustáceos y moluscos	55	0,98
1001 - Otros productos	1	0,02
Total	5.603	100,00

Fuente : Registro de industria agroalimentarias de Castilla-La Mancha

Como ya se ha detallado en el apartado de participación de los productores primarios en el precio de la producción final, la **operación 9.1.1** (Fomento de agrupaciones de productores agroalimentarios), apoya la creación y puesta en marcha de nuevas agrupaciones orientadas a la **comercialización conjunta de productos agrícolas** y con ello, también contribuye a la mejora de la competitividad de la industria agroalimentaria, en este caos con el apoyo prestado a 15 agrupaciones de productores, en el sector del aceite, vino, azafrán, pistacho y hongos.

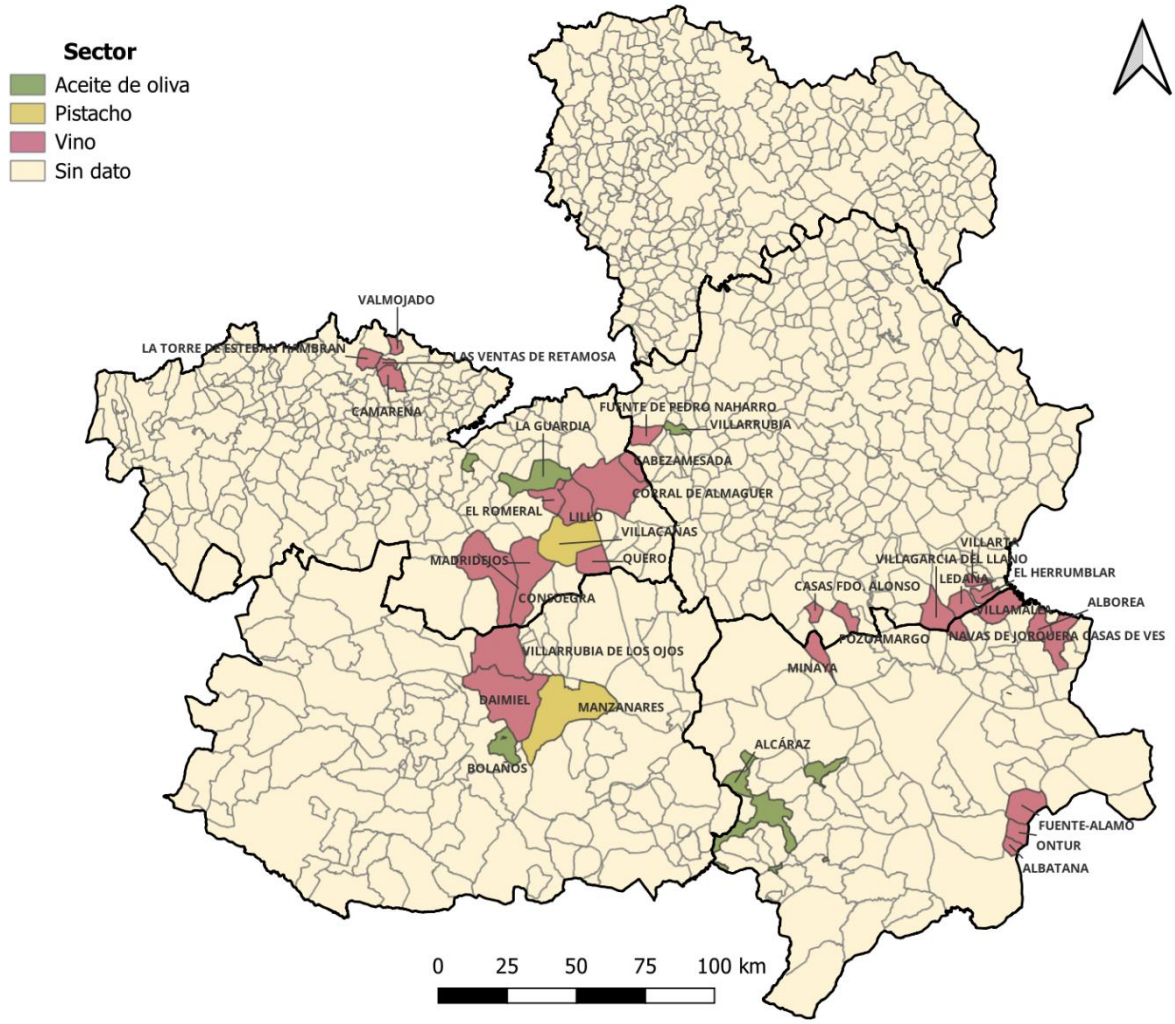
Cada nueva agrupación ha implicado la integración de un gran número de explotaciones agrarias, proporcional a la dimensión del sector, bajo una misma entidad económica, que se ha estimado en **50 entidades y 17.364 explotaciones**. Se trata de una cifra modesta en el contexto cooperativista de la región pero supone un avance en la reducción de la atomización

importante en nichos en los que el asociacionismo era débil o inexistente, sentando las bases para un **fortalecimiento gradual del tejido agroindustrial**.

El siguiente mapa muestra la concentración de las agrupaciones de productores apoyadas en zonas con fuerte vocación agrícola, presencia de cooperativismo histórico y especialización en productos de calidad o en expansión, lo que ha contribuido a reforzar dinámicas asociadas a la productividad ya presentes en sectores estratégicos (vino, aceite) y ha favorecido la organización en cultivos emergentes como el pistacho.

- Sector vitivinícola (color burdeos): es el predominante y se localiza en gran medida en la provincia de Ciudad Real (zonas de Daimiel, Valdepeñas, Manzanares, Bolaños, Villarrubia de los Ojos, Alcázar de San Juan) y en municipios del sur y este de Cuenca (Minaya, Casas de Ves, Villamalea). También aparecen agrupaciones en Toledo (Villacañas, Corral de Almaguer, La Guardia). Esto refleja la importancia de la vid como motor del asociacionismo regional.
- Sector oleícola (verde): las agrupaciones ligadas al aceite de oliva se concentran en municipios de tradición olivarera, como Lillo, Villarrubia de los Ojos, Manzanares, Villarta o Alcázar, lo que evidencia la consolidación de la cadena de valor del aceite dentro de cooperativas y nuevas estructuras comerciales.
- Sector pistacho (amarillo): aparecen agrupaciones en Manzanares y Daimiel (Ciudad Real), municipios que han experimentado un fuerte crecimiento del cultivo del pistacho en los últimos años, consolidándose como referencia nacional en esta producción emergente.

***Ilustración 3. Localización de los socios de las agrupaciones de productores creadas con la operación 9.1.1 por tipo de* actividad**



Fuente: elaboración propia con información proveniente de enlace web. Nota: a estos municipios se unen el de Casasimarro (Cuenca), donde se ubica la agrupación Fungi CLM, S.L y Villarrobledo (Albacete) donde se encuentra la Cooperativa Opaz, de azafrán.

Las aportaciones de las agrupaciones beneficiarias de la operación 9.1.1 que han participado tanto en la encuesta llevada a cabo como en las entrevistas realizadas han señalado que, a través de **la agrupación, han llevado a cabo las siguientes acciones**, además de la comercialización conjunta:

- **Elaboración** conjunta en el caso de una agrupación de productores de vino y de azafrán
- **Compra de insumos**, en una agrupación de productores de vino y la de azafrán
- **Promoción** conjunta, en 3 entidades de productores de vinos y la de azafrán
- **Asesoramiento** conjunto, en una agrupación de productores de vino y la de azafrán
- **Tratamientos integrados** en una agrupación de productores de vino
- Desarrollo de proyectos **I+D** en el caso de la agrupación de productores de azafrán
- Contratación de **personal** en 3 entidades dedicadas al vino

La **motivaciones apuntadas** por las entidades para constituir la agrupación apuntan a:

- La mejora de la **capacidad de negociación** en el caso de 5 de las 7 entidades que han respondido a la encuesta
- La mejora de los **precios de venta** en el caso de 4 entidades
- El acceso a **nuevos mercados** en 3 entidades
- La **reducción de costes**, para dos entidades
- Una **estructura financiera** mayor, en el caso de la agrupación de azafrán.

La ayuda ha repercutido en la comercialización provincial y la comunidad autónoma en bastante o mucha magnitud en el caso de dos entidades dedicadas al vino, y en todas las entidades ha tenido resultados en la **comercialización nacional**, **europea o mundial** de forma elevada en el resto de entidades.

El apoyo de la ayuda ha permitido, entre otras, desarrollar las siguientes actuaciones:

- Abordar **inversiones** en el caso de una entidad dedicada al vino y otra al azafrán
- Realizar **estudios y análisis** de mercado, en dos entidades de vino
- Abordar la **innovación de productos**, en la entidad de azafrán y una de vino
- **Innovar en los procesos**, en la entidad de azafrán y una de vino
- Contratación de **personal** en 3 entidades
- Abordar **mejoras ambientales** en el caso de la entidad dedicada al azafrán
- Creación de **marcas y patentes** representativas
- Llevas a cabo **actuaciones de promoción, marketing y publicidad** en el caso de 5 entidades
- El incremento productivo en la entidad dedicada al azafrán y en una de vino

El **resultado de la ayuda** se identifica en torno a los siguientes aspectos, valorándose como bastante o mucho en casi todas las entidades que han respondido, a excepción de una entidad de vino en la que sus resultados se valoran entre poco y algo.

- Mejora del **poder de negociación** frente a intermediarios/industria/mercado

Las agrupaciones entrevistadas inciden en esta idea, con casos como el sector del aceite, en el que el salto de negociar 100.000 litros a ofrecer 4,5 millones de litros de aceite cambia por completo la posición frente a la industria y grandes compradores y permitiendo que, con la relación comercial conjunta, la negociación se oriente en conseguir mejores condiciones globales.

En el caso de los hongos, la ayuda se solicitó para profesionalizar la comercialización, pasando de trabajar con pequeñas compañías a convertirse en proveedor oficial de grandes cadenas.

- **Acceso a nuevos mercados**
- Mejora del **precio de venta** para los socios

En el sector pistacho ecológica se detalla en que la concentración de la oferta y la diversificación de mercados, especialmente en Europa, han permitido defender mejor los precios, reducir la dependencia de pocos compradores y dar más estabilidad a los ingresos de los agricultores, aunque la cotización del producto siga muy condicionada por factores internacionales.

Sin embargo, estas entrevistas también ponen de manifiesto que sigue habiendo **límites estructurales** y que la fijación de precios sigue estando muy marcada por la industria, mercados internacionales, cosechas, restricciones normativas (el límite de 7% de ventas fuera de la comercialización conjunta), etc.

- Aumento del **volumen comercializado**

Las agrupaciones entrevistadas destacan que la concentración de la oferta en estructuras de segundo grado ha permitido que las industrias participantes de las agrupaciones dispongan de proveedores más estables, con capacidad para planificar volúmenes, cumplir estándares de calidad y atender demandas de clientes de mayor dimensión.

En el sector del pistacho, la agrupación entrevistada vincula directamente la ayuda 9.1.1 con la posibilidad de convertirse en **referente nacional en volumen de producción organizada**, lo que ha favorecido el **acceso a programas de internacionalización, mentoring y mejora de calidad, así como la construcción de una imagen de "origen" reconocible** para el pistacho de Castilla-La Mancha, especialmente en ecológico, con industria en la región pese a ofertas para la deslocalización.

En el caso del vino y el aceite las agrupaciones entrevistadas indican que la presencia de agrupaciones con volumen y estructura comercial propia facilita a las bodegas y almazaras asociadas llegar a clientes que exigen garantías de suministro, profesionalización y servicio postventa, que de otro modo sólo podrían alcanzar empresas privadas de mayor tamaño. La ayuda ha permitido crear equipos técnicos y administrativos, como un enlace entre los productores y la industria, reduciendo costes de transacción y mejorando la información disponible sobre mercados y tendencias, lo que repercute en decisiones más eficientes a lo largo de la cadena.

- Acceso a **nuevos canales de comercialización**
- Capacidad de **abastecimiento constante** a lo largo del año
- **Reducción de costes logísticos o de insumos**
- Aumento del **valor añadido en origen** (transformación/comercialización conjunta)
- Generación de **nuevas oportunidades de negocio**
- Fortalecimiento del **posicionamiento en el mercado**

En el caso de los hongos, la ayuda se solicitó, entre otros aspectos, para elaborar e implementar un plan de marca y de distribución a tres años y para reforzar la capacidad de análisis de mercado, comprando datos (por ejemplo, Nielsen) para conocer dónde se vende el producto, cómo se consume y qué oportunidades existen (envases sostenibles, conservas en vidrio, producto ecológico, preparados "listos para cocinar", etc.).

- **Profesionalización y gestión interna** de la organización

Se señala que la ayuda ha permitido **contratar personal que se dedique profesionalmente** a las tareas que conlleva la **comercialización** pero que el coste de este personal ha aumentado en los últimos años y la ayuda ya no cubre los salarios, aunque se insiste en que sin ese apoyo habría sido muy difícil crear y mantener un equipo profesional dedicado.

- **Atracción/retención de jóvenes y mujeres** en la base social

El acceso a **inversiones o financiación externa** se valora como resultado pero en menor magnitud que los anteriores, así como la **creación de empleo y el incremento de la confianza y cohesión entre socios** (capital social), la innovación organizativa de los procesos y la difusión de la innovación a las explotaciones integradas, aunque en estos casos hay dos entidades que señalan los resultados como bastantes o muchos.

La entrevista a la agrupación vinculada con el azafrán expresa que la agrupación y el trabajo conjunto ha servido como "**punta de lanza"** para intentar atender un micro sector en riesgo de desaparición, ya que la producción y comercialización unificada ha permitido mejorar imagen y acceder a proyectos de I+D inviables individualmente, además de favorecer su papel interlocutor entre industria, distribución e innovación. No obstante, la competitividad sigue condicionada por la falta de automatización, escasez de mano de obra, falta de profesionalización del sector, etc. que obliga a compatibilizar la ayuda con otras para conseguir cambios estructurales duraderos.

En el caso del pistacho se señala específicamente que la ayuda ha permitido:

- **Posicionarse mejor en el mercado** (mejora del poder de negociación por concentración de la oferta).
- **Diversificar mercados y clientes**, lo que ayuda a defender precios y reducir riesgos.
- **Ganar la confianza de los agricultores**, que perciben estabilidad y servicio profesional.

En el caso del sector de setas y hongos la ayuda ha permitido:

- **Estructurar el trabajo comercial**.
- **Entender mejor al consumidor**.
- Reposicionar la marca (evolucionando desde "Setas Meli").
- Tener **capacidad de negociación** con los responsables de compras, incluso manejando mejores datos.

En este sector se indica que se han superado los objetivos de facturación del plan comercial, pero al igual que el caso del azafrán, **la capacidad productiva resulta limitante para seguir incrementando el potencial de comercialización**.

En sectores pequeños se deben explorar soluciones en el marco de las condiciones de la ayuda para seguir aumentando la capacidad de producción, al resultar limitante cuando la agrupación tiene éxito

Las agrupaciones beneficiarias describen efectos positivos en la **competitividad industrial regional** a partir de la cooperación: **mayor coordinación vertical, proyectos conjuntos de I+D o digitalización, y acceso a nuevos clientes**.

Se menciona que la ayuda ha permitido invertir en recursos específicos para **profesionalizar la comercialización**, como en el caso de las cooperativas de aceite y de vino entrevistadas, a través de la contratación de personal, vehículos, oficinas, campañas de marketing, generación de imagen, creación de la página web, participación en ferias, etc.

La mayor **barrera** encontrada en el caso de las agrupaciones reside en la necesidad de ceder parte de la **identidad personal**, en términos jurídicos que debe hacer cada socio para poder generar la agrupación. La experiencia individual de cada entidad con marcas propias, clientes, comunicación, marketing pasan a diluirse, en cierto modo, con la nueva imagen de la agrupación. No obstante, pasadas las primeras anualidades, algunas entidades en las que el proceso de agrupación ha sido exitoso muestran que **los resultados de las acciones realizadas superan las cesiones que se tienen que hacer.**

La cesión de la identidad personal de los socios que se agrupan supone una barrera limitante en el impulso de las agrupaciones, pero finalmente el esfuerzo compensa

Se detalla que conceptualizar un modelo cooperativo positivo viniendo de entidades privadas pequeñas, familiares con un alto contenido sentimental, no es fácil. Esta, al menos bajo su experiencia, es la mayor barrera a superar para poder agruparse distintas entidades, jurídicas o físicas, para poder desarrollar un proyecto conjunto.

Compartir los casos de éxito redundaría en un mayor impulso a la generación de agrupaciones de productores

En otro caso se añade que un impulso adicional para dar a **conocer lo que son las agrupaciones, el papel que tienen, las distintas experiencias, etc., unido al apoyo de las subvenciones y el impulso en la fusión de las cooperativas redundaría en una mayor cantidad de agrupaciones.**

Las **principales dificultades** durante el proceso de agrupación señaladas por las agrupaciones tienen las siguientes causas:

- **Complejidad normativa** (plazos, requisitos administrativos, etc., señalada por todas las entidades que han contestado a excepción de una
- **Dificultades entre los socios**, señalada por dos entidades
- **Falta de financiación**, señalada en la encuesta por una entidad y en la entrevista por otra. En este último caso, se señala que las **entidades bancarias no conceden crédito** hasta que transcurren dos años desde la creación de la entidad (habiendo depositado dos ejercicios de cuentas anuales en el Registro Mercantil), lo que impide que la agrupación pueda acudir a la banca para financiar el crecimiento que demanda el plan aprobado. Esto ha supuesto una situación límite, al tener que financiar el plan de inversiones con fondos propios, sin posibilidad de obtener anticipos de la ayuda, generando una debilidad financiera en la entidad creada hasta llevarla casi a presentar un concurso de acreedores, por la necesidad de prefinanciar grandes volúmenes, imposibilidad de acceder al crédito y un plazo muy amplio para el cobro de la ayuda.

  Desde la entidad se propone que una mejora de la ayuda podría venir de la posibilidad de obtener anticipos, con un aval, como en otros tipos de subvenciones.

En el **aspecto financiero, se señalan limitaciones significativas** en el caso de las agrupaciones creadas en sectores pequeños. En un caso se explica que, a nivel financiero se está tratando con fondos privados para solucionar las limitaciones de inversión que permitan

ejecutar los desarrollos previstos. Llegado el caso, tendrán un nivel de participación por encima del 50%, lo que supondrá la intervención de un agente externo que nos privará a los actores de la región que somos los que tenemos el conocimiento y la relación histórico-etnográfica con este producto tan representativo, ser propietarios de las soluciones que vamos a aplicar para estructurar el sector. Esta misma situación se detalla por otra entidad, en la que para salvar los problemas financieros originados por la inversión tan elevada a la que ha obligado en plan de inversiones y el nivel de endeudamiento resultante, se está negociando con los fondos de inversión, perdiendo posiblemente el control de la entidad creada.

La falta de financiación y las condiciones generadas por la ayuda para invertir han derivado en problemas limitantes que están llevando a las agrupaciones a negociar con fondos de inversión, perdiendo en este caso capacidad los productores

La mayor parte de las entidades, con volúmenes de comercialización grandes, señala que las ayudas han cubierto parcialmente las necesidades de financiación. En el caso de las entidades con volúmenes de comercialización pequeños han indicado que el apoyo ha resultado insuficiente.

Los problemas financieros están limitando la capacidad de invertir con mayor dotación en el sector de las setas y hongos, que impiden la reducción de la brecha entre producción y capacidad de comercialización.

- Falta de **asesoramiento**, en el caso de 2 entidades

El asesoramiento ha sido de utilidad para la gestión de la ayuda aunque se señala el elevado coste de la misma al tener que justificarse a través de la intervención de un auditor. En este caso se señala la necesidad de buscar alternativas a este coste.

- Falta de **cultura asociativa**, señalado por todas las entidades a excepción de una.

La falta de cultura asociativa supone una barrera limitante, que puede ser reducida compartiendo casos de éxito

Las entrevistas muestran que existen **barreras culturales, organizativas y normativas** que afectan a la creación y nivel de la integración de las agrupaciones. En los sectores del vino y aceite mencionan la importancia de la identidad local y de las marcas originales de los socios que se agrupan, lo cual complica la adopción de marcas compartidas y restringe la expansión de la comercialización centralizada. En este caso, la estrategia cuenta con la comercialización predominante de la venta a granel como parte de la agrupación, con la marca de la agrupación y, por otra parte, con la venta de las marcas originales, previas a la agrupación, de forma directa en las cooperativas socias, aunque la limitación a las cantidades comercializadas bajo esta forma por la normativa también supone un inconveniente. En este caso, consideran que es necesario seguir manteniendo la venta con las marcas originales en las cooperativas socias, para seguir reforzando la identidad local del producto.

En el sector del pistacho, se enfatiza la desconfianza histórica hacia los proyectos en grupo, el temor a perder independencia y una visión a corto plazo fomentada por años de gran demanda, lo que lleva a algunas cooperativas a considerar menos necesario integrarse.

- Otras limitaciones derivadas del **diseño de la ayuda**.

Entre las dificultades apuntadas, se explica por la cooperativa creada para la comercialización del azafrán que, en su caso, la **capacidad de producción**, que es lo que determina los ingresos, está extremadamente limitada por la falta de automatización y otros problemas estructurales que no les permiten crecer, en un sector, como el del azafrán, muy desestructurado.

Se detalla que la agrupación tiene el objetivo principal de dar respuesta a estos problemas mediante desarrollos de prototipos para la automatización de procesos, profesionalización, industrialización, mejora fitosanitaria de los cormos..., que suponen retos que implican una inversión muy elevada. La intensidad de la ayuda por formar la agrupación viene determinada por la facturación de la agrupación de los 3 últimos ejercicios, a pesar de que la agrupación ha comercializado un porcentaje muy elevado de la producción de la Denominación de Origen. Esto, en su caso ha supuesto una ayuda total de menos de 45.000€ repartido en los 3 años, lo que ha resultado insuficiente para abordar los retos de la agrupación y del sector. Apuntan que **es necesario analizar los casos de sectores pequeños, para adaptar las normas de forma que permitan atender las necesidades de las agrupaciones**, con una mayor intensidad de la ayuda. Como ejemplo, se cita la exención de la norma a medida del sector de azafrán para que se pudiesen formalizar como OPFH y poder obtener la mayor intensidad posible (número de socios < 10, facturación anual de 250k = 100% de la ayuda), llevada a cabo por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, ajustada a criterios realistas para poder cumplir con la estructura previa tan precaria de la que se partía.

La agrupación indica que está poniendo toda la voluntad, trabajo e ilusión para provocar un cambio definitivo en el sector para que vuelva a ser un cultivo rentable y de referencia no sólo en nuestra región si no en todo el panorama nacional. Entienden que el éxito de la propuesta sólo se conseguirá si hay una mayor colaboración de la administración regional, ya que es en Castilla-La Mancha donde se produce el 95% de azafrán de toda España.

En las entrevistas también se cita la dificultad que supone que la rigidez administrativa para atender las **necesidades de crecimiento de la agrupación** durante el periodo de compromisos. En este caso, siendo una agrupación de productores en la que se ha conseguido comercializar toda la producción, se ha impedido el crecimiento en número de productores, al no poder incorporar nuevos socios, suponiendo una limitación a la agrupación y al sector, en este caso pequeño, limitando la capacidad de articulación del sector. Esta entrevista refleja que en micro sectores de alto valor estratégico, cultural y económico pero muy desestructurados, la sostenibilidad de las agrupaciones requiere una **combinación de apoyo económico específico, flexibilidad normativa y políticas activas de transferencia tecnológica y relevo generacional**.

Las condiciones de la ayuda podrían impulsar un mayor éxito si permitieran crecer en número de productores en sectores pequeños

En el caso de varias agrupaciones (pistacho, vino y aceite), se indica que resulta problemática la forma en que las nuevas bases regulan **la venta en tienda y la venta directa de las cooperativas a sus socios y a nivel local.** Esta limitación chocaría con la estrategia de la

agrupación, que pretende impulsar la venta en tienda y el comercio online desde cada cooperativa de base, bajo una marca conjunta y coordinada desde la cooperativa de segundo grado, como instrumento clave de promoción y de generación de valor añadido en origen. A juicio de la agrupación, esta interpretación de las bases establece **limitaciones a la comercialización conjunta y la construcción de una marca unificada,** y no refleja la filosofía de una agrupación de productores que busca eliminar intermediarios y acercar el producto al consumidor final.

El diseño de la ayuda sobre la venta en tienda de socios y el empleo de marcas originales genera problemas de identidad territorial que limitan los resultados de la agrupación

La **diversidad en el tamaño de las cooperativas** también causa tensiones sobre el alcance de la integración, sobre todo cuando algunas ya tienen una estructura comercial sólida.

Se señala por una agrupación que las dificultades generadas por la implicación de los socios, coordinación, financiación, comercialización, etc. se han podido resolver de forma democrática.

En la mayor parte de los casos, **la ayuda fue determinante para constituir la agrupación** salvo en la agrupación del azafrán, ya que existe un elevado nivel de implicación de los 4 socios que la integran con el sector, no sólo impulsándolo desde la agrupación sino también desde otras actividades, como el desarrollo de proyectos piloto, colaboración con organismos de investigación, como el IRIAF de Albaladejito (Cuenca), que dispone de la mayor reserva de cormos de azafrán, el Instituto Técnico Agronómico Provincial de Albacete (ITAP), que ha desarrollado numerosos estudios sobre el cultivo, etc.

La ayuda fue determinante para constituir la agrupación y atienden necesidades de los sectores

Los entrevistados coinciden en que **la ayuda ha sido un factor determinante para dar el primer paso** y que difícilmente los consejos rectores habrían asumido el riesgo de crear nuevas entidades sin la ayuda, especialmente en un contexto regional con poca tradición de cooperativas de segundo grado.

En el caso del pistacho, la entidad solicitó la ayuda hace aproximadamente seis o siete años, y se señala como un elemento detonante para que dos cooperativas (entonces Sociedades Agrarias de Transformación) decidieran unirse y dar el paso hacia la comercialización conjunta. Entre los resultados de la ayuda se citan que esta:

- **Animó a las cooperativas a trabajar conjuntamente** "de manera muy generosa", en un contexto poco habitual para la región, donde la integración cooperativa de segundo grado no está extendida.
- Permitió dar un impulso inicial a la profesionalización de la comercialización, una función que antes asumían directamente los agricultores, sin estructura especializada.
- Favoreció la **toma de conciencia de que el mercado del pistacho**, aunque incipiente, exigirá un nivel de organización y profesionalización similar al de otros sectores consolidados.

Según la agrupación creada para comercializar azafrán, la ayuda ha contribuido a crear una agrupación que **atiende las necesidades del sector ya que sin un esfuerzo conjunto, consideraban que el cultivo estaba abocado a desaparecer en tres o cuatro años**. La agrupación bajo la ayuda les ha permitido:

- **Compartir producción** hasta alcanzar la mayor superficie cultivada de azafrán en España dentro de la agrupación.
- **Comercializar** todo el producto bajo el CIF de la entidad, lo que les da **credibilidad** ante los clientes en términos de **capacidad de suministro**.
- Convertirse en **organización tractora** para poder invertir en I+D, orientada a resolver problemas estructurales (ya cuentan con prototipos funcionales y llevan dos años desarrollando un proyecto de hidroponía con "resultados muy buenos" para obtener bulbos sanos. También están integrados en un Grupo Operativo, que contribuya a crear un prototipo de automatización de la monda hacia 2026). Pese a ello, la cuantía efectivamente percibida por la ayuda ha sido baja y muchos desarrollos se están impulsando con recursos privados de las propias empresas.

Para la **mejora de las condiciones de la ayuda** se propone mejorar **la intensidad y la modalidad de las ayudas, ya que resulta insuficiente** en proyectos que han aumentado mucho su tamaño. Además, en algún caso se señala que resulta insuficiente para apoyar acciones de promoción importantes porque la totalidad del presupuesto se destina a sostener el equipo humano mínimo para la comercialización.

Los sectores pequeños sin tanta capacidad económica requieren una mayor intensidad de ayuda para comenzar la agrupación

Además se pone de manifiesto la **necesidad de un apoyo superior a sectores desestructurados y estratégicos en la región,** tanto por la dinamización de la economía rural como por incluir aspectos culturales. Se señala que estos sectores necesitan un **tratamiento específico** por parte de la administración, hasta que generen herramientas básicas que permitan superar sus debilidades.

Al mismo tiempo, aprecian las modificaciones hechas en la programación para permitir la renovación de las ayudas si hay crecimiento en socios o volumen, aunque advierten que exigir aumentos difíciles de lograr en sectores que están empezando o que son muy especializados puede ser complicado.

Se señala la **necesidad de revisión de las restricciones en la venta directa en modelos que buscan acercar el producto al consumidor final** y el límite en el porcentaje de ventas fuera de la comercialización conjunta, sobre todo en sectores con un fuerte componente de embotellado y mucho arraigo territorial.

En el caso del pistacho, se indica que la agrupación consiguió renovar la ayuda, a pesar de que, según indica, el diseño inicial de la medida no contemplaba su repetición, sino un apoyo limitado a cuatro o cinco años para "lanzar" el proyecto. **La administración regional** mostró, a su juicio, **sensibilidad para adaptar las bases y permitir una continuidad condicionada al crecimiento de la agrupación,** tanto en número de cooperativas como en número de

productores integrados. En la nueva fase, han pasado a agrupar siete cooperativas de primer grado dentro del APA (más otra cooperativa integrada en la estructura pero aún sin poder entrar formalmente en la ayuda por cuestiones administrativas). Se valora positivamente que en la renovación de la ayuda se hayan contemplado **fórmulas para crecer**, ya sea por número de socios o por volumen de producción.

Las agrupaciones tienen la preocupación de que si en futuras **convocatorias se exigieran criterios de crecimiento en el diseño de la ayuda, con incrementos difíciles de lograr** (por falta de nuevas cooperativas disponibles para integrarse), se podría penalizar precisamente a las agrupaciones que han hecho un mayor esfuerzo de concentración de la oferta.

Las agrupaciones necesitan ayudas para su consolidación pero con requisitos alcanzables

En materia de financiación, en el sector de las setas y hongos, el principal problema de la ayuda ha residido en que la necesidad de realización de las inversiones del plan comercial de manera anticipada, sin posibilidad de acceso al crédito y con un plazo muy amplio para cobrar la ayuda, en relación con las campañas de comercialización, que han conducido a la agrupación a una situación de vulnerabilidad económica. En este caso, la agrupación indica que *una ayuda no puede "meterles en un pozo" ni convertir un proyecto viable en inviable por la forma en que se articula su financiación. A su juicio, la medida está "muy bien" en cuanto a contenidos (plan comercial, agrupación, etc.), pero solo funciona para empresas que ya tengan suficiente músculo económico.*

Se propone el apoyo a través de otros mecanismos que apoyen la financiación, como créditos

En este caso propone que estas ayudas tengan acceso a instrumentos parecidos a los que emplea el **ICO u otros mecanismos de financiación** que permitan adelantar el importe de la subvención o, al menos, facilitar créditos vinculados a su concesión. Entiende que la Administración debe garantizar que la ayuda sea realmente un apoyo y no una carga que obligue a los socios a endeudarse en exceso.

Entre los **retos señalados**, se encuentran el aspecto social relacionado con las cooperativas de base, en el caso de aquellas agrupaciones que se han constituido con cooperativas como socias, para impulsar un **mayor conocimiento de los procesos asociativos**, la capacidad de los logros en casos de cooperación, la generación de confianza, la comprensión de los procesos que es necesario llevar a cabo y la necesidad de profesionalización de los mismos, etc.

En el caso de agrupaciones pequeñas se expone la necesidad de seguir trabajando el **posicionamiento en el mercado**, ya que la agrupación ha motivado una fuerza muy importante ante clientes determinantes, por representatividad, capacidad de suministro, profesionalidad e imagen.

También señalan en varios casos la necesidad de seguir **impulsando I+D** que permita automatizar procesos, mejorar la calidad fitosanitaria de los cormos, mejorar la gestión de subproductos, generando nuevos productos con propiedades medicinales, o nutritivas, etc.

Se señala en varios casos como reto la necesidad de **mejorar la estructura interna cualificada**, sobre todo a nivel financiero y administrativo.

En el caso del **pistacho**, se indica que uno de los principales retos del sector en Castilla-La Mancha es la falta de **cultura cooperativa**, especialmente en lo que se refiere a **cooperativas de segundo grado**, con las siguientes barreras:

- **Desconfianza histórica del agricultor**, que ha vivido experiencias negativas con empresas que "se han aprovechado" de ellos, lo que genera reticencias ante nuevos proyectos colectivos.

- **Miedo a perder autonomía** por parte de las cooperativas de primer grado, que temen que unas salgan más beneficiadas que otras.

- **Mentalidad cortoplacista**, reforzada por varios años en los que la demanda de pistacho ha sido superior a la oferta, lo que hace que algunas cooperativas consideren que pueden obtener más valor comercializando por su cuenta sin integrarse.

- **Escasa pedagogía sobre el modelo de cooperativa de segundo grado**, que lleva a que muchos agricultores no entiendan que la entidad de segundo grado les pertenece y está al servicio de sus cooperativas.

Para contrarrestar estos obstáculos, la agrupación ha impulsado:

- La **elaboración de planes estratégicos participativos** con las cooperativas integradas
- **Visitas y referencias a modelos de cooperativas de segundo grado** consolidadas en otras regiones

En el caso concreto del **pistacho, los retos del sector** se perciben señalando los siguientes aspectos:

- **Industrialización y desarrollo de nuevos productos**, pasando de ser principalmente una comercializadora de producto en granel a disponer de una industria capaz de elaborar productos de "tercera fase" (pistacho tostado, salado, harinas, pastas, etc.) lo que requiere inversiones significativas en instalaciones y maquinaria y contratación de nuevo personal especializado y nuevas líneas de ayuda.

- **Aumento de la integración y concentración de la oferta** incorporando nuevas cooperativas y agricultores, aunque convencer a nuevas cooperativas sigue siendo difícil en un contexto de aparente bonanza de mercado y la administración debería apoyar a través de ayudas.

- **Profesionalización y cambio cultural de la comercialización**, ya que todavía existe, en parte del mundo cooperativo, la percepción de que los responsables de exportación "se van de vacaciones" cuando viajan a ver clientes o asistir a ferias, sin entender que vender en mercados internacionales requiere precisamente ese tipo de presencia y que las empresas agroalimentarias potentes dedican fuertes inversiones a comercialización, marketing, I+D e innovación, y que las cooperativas deberían asumir la misma lógica si quieren competir.

La ayuda se percibe aquí como una herramienta esencial para sostener esta profesionalización.

- **Promoción del pistacho (especialmente ecológico),** para estimular la demanda para evitar que el crecimiento de la producción ecológica quede sin salida comercial y generar un mayor reconocimiento del pistacho de Castilla-La Mancha, especialmente en su versión ecológica, además de facilitar la entrada en nuevos mercados internacionales que valoren estas características.

Los retos para la agrupación que comercializa **azafrán**, están vinculados a los **problemas estructurales del cultivo** como:

- Ausencia de **certificación de bulbos**, con la consiguiente falta de garantías y problemas fitosanitarios.
- **Mano de obra** muy envejecida y no especializada.
- Falta de **relevo generacional**, al no resultar un cultivo atractivo para profesionales agrarios.
- Nula **automatización** de los procesos.
- Falta de **garantías** sobre la evolución de la planta en campo.

Teniendo en cuenta estos problemas, los retos se formulan como sigue:

- **Estandarizar el cultivo de azafrán**, avanzando hacia un modelo similar al que ha seguido el ajo morado (incremento de superficie y tecnificación a partir de material vegetal sano y automatización).
- **Automatizar los procesos clave**, especialmente la monda de la flor, actualmente manual, y otros eslabones de la cadena productiva.
- **Producir bulbos libres de patógenos** que permitan un crecimiento ordenado y seguro del cultivo.

En este caso, la ayuda se percibe como una herramienta importante aunque se señala que es necesario:

- **Comprender mejor la estructura y las singularidades del sector** del azafrán: pequeño tamaño, fuerte arraigo histórico-cultural y alto riesgo de desaparición.
- **Adaptar los criterios de acceso y la intensidad de la ayuda** a la realidad de sectores estratégicos pero de baja facturación, como el azafrán.
- Valorar la posibilidad de **exenciones o flexibilizaciones** de las exigencias de facturación mínima para alcanzar el máximo de intensidad de ayuda en las agrupaciones, como lo que se ha hecho con las organizaciones de productores de frutas y hortalizas, donde se aprobó una exención “a medida” para facilitar su acceso.
- Permitir que las agrupaciones de productores **puedan crecer en número de socios mientras reciben la ayuda**, de forma que la figura contribuya realmente a estructurar el sector desde la base productiva y no solo desde la comercialización.

- Realizar un esfuerzo de la Administración por la **transferencia de conocimiento**, desde los centros que realizan estudios como el IRIAF o el ITAP hacia el sector productor, ya que perciben que actualmente este no está siendo eficaz para el sector y es necesario reforzar la conexión **entre el ámbito investigador y los productores.**

En el caso de la **comercialización de las setas y los hongos**, los principales retos residen en la **capacidad de atender las necesidades financieras de la agrupación** en primer lugar y posteriormente del sector, relacionadas con:

- La necesidad de **mano de obra**, agilización de la contratación de personas extranjeras en plazos suficientemente ágiles para atender los requerimientos de las campañas.
- El **relevo generacional**, ya que la mayoría de los productores son personas mayores, con grandes inversiones en infraestructuras, pero con escasa capacidad comercial y, a menudo, agotadas tras años de dificultades, especialmente desde la pandemia de COVID-19.
- La capacidad de **generar valor añadido, revalorizando subproductos**, desarrollo de nuevas líneas de mercado: exportación, conservas, preparados de cuarta gama, etc., donde las agrupaciones de productores tienen un papel fundamental.

En este caso, la sinergia que se genera con la ayuda de cooperación para el desarrollo de proyectos piloto, en colaboración con la Universidad de Castilla-La Mancha y el Jardín Botánico de Albacete está siendo importante para indagar en la gestión del subproducto alimentario: el tronco de la seta, que representa alrededor del 30 % de la producción y que actualmente se entierra en zanjas sufragadas por ayuntamientos y diputaciones y revalorizarlo como alimento, cosmético, productos veganos, probióticos y prebióticos, usos medicinales, etc., mejorando la gestión de un residuo problemático y reduciendo el desperdicio alimentario.

Esta agrupación formula una serie de propuestas para la Administración al objeto de que la ayuda funcione y se apoye al sector de manera eficaz:

- **Escuchar más al sector** y adaptar el diseño de las ayudas a la realidad económico-financiera de las pymes agrarias, especialmente las de nueva creación. Se reconoce que si cambiasen las condiciones financieras y de gestión, se volvería a apostar por una agrupación, porque la considera “necesaria”.
- **Introducir mecanismos de financiación asociados a la ayuda** (avales, anticipos, créditos vinculados) para que la subvención no suponga una carga inasumible.
- **Reducir burocracia y simplificar procedimientos**, de modo que las agrupaciones no se vean desbordadas por obligaciones administrativas adicionales.
- **Reconocer el papel clave de las agrupaciones** para concentrar oferta, negociar con la gran distribución y dar viabilidad a explotaciones que, de otro modo, tenderían a desaparecer o a ser absorbidas por grandes fondos de inversión.

En el caso de las cooperativas de **vino y aceite**, que se han generado a partir de cooperativas muy consolidadas en el territorio, y con identidades territoriales arraigadas, los retos pasan por hacer **pedagogía de las ventajas de formar parte de un grupo**, explicando a los socios

las ventajas del mismo. En este caso, insisten en que **los esfuerzos que la Administración haga en este aspecto redundarán en salvar los obstáculos del modelo cooperativo**, para generar cooperativas de segundo grado, y para impulsar las agrupaciones de productores. Este esfuerzo, junto con el trabajo de la agrupación para mostrar el buen funcionamiento, además de hacer una labor didáctica de lo que implica la agrupación en el origen de la misma por parte de las entidades que se asocian, contribuirían a mejorar la confianza en el modelo cooperativo, como parte de los resultados intangibles de las ayudas.

También se hacen reflexiones sobre la **mejora de la ayuda**, animando a la Administración a **permitir soluciones de mantenimiento de la marca original, sobre la que existe una importante vinculación con el territorio, junto con la marca de la agrupación**, así como a **revisar las condiciones de la venta en las tiendas de las cooperativas socias** de la agrupación, ya que esta comercialización forma parte de la estrategia global de la agrupación y supone la fidelización del cliente de cercanía, que en numerosas ocasiones ejerce de embajador del producto con terceros. Buscar alternativas en el marco de la ayuda a estos problemas de falta de flexibilidad para la comercialización de marcas propias y de venta en tienda de los socios, harán que la **identidad territorial también forme parte de la estrategia de comercialización de la agrupación.**

8. Conclusiones y recomendaciones

Calidad diferenciada

A través de las medidas 3 y 9 del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Castilla-La Mancha se ha contribuido a mejorar la competitividad de los productores primarios a través de su integración en la cadena agroalimentaria, el incremento del valor añadido de sus productos y el fortalecimiento de su capacidad de negociación en el mercado, mejorando la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales, como estaba previsto en la subprioridad 3A, aunque **con enfoques e intensidades diferentes, en un contexto donde la mayor parte de los sectores en los que se aplica la calidad diferenciada muestra un proceso de concentración de la producción en explotaciones más grandes, y más productivas.**

La medida 3, por un lado ha contribuido a la nueva participación de productores en regímenes de calidad de **3.557 explotaciones superando la meta prevista** de 3.500 (101,62%), en el que las mujeres son titulares del 35,02% de las explotaciones de personas físicas y ha alcanzado un 94,47% de ejecución financiera (submedida 3.1), con un gasto público total de **1.695.858,11€**. Fundamentalmente se ha impulsado la **producción ecológica, con el 99,39% de las operaciones, actuando complementariamente a la medida 11,** para impulsar la aplicación de las prácticas de agricultura ecológica, aunque también se han apoyado algunos expedientes asociados a las DOP vitivinícolas (Jumilla, La Mancha, Manchuela, Pago Guijoso, Pago Los Cerrillos), de aceite (Aceite Campo de Calatrava, Aceite de la Alcarria, Aceite Montes de Toledo), IGP Cordero Manchego, Raza Autóctona, Vinos de la Tierra de Castilla, DOP queso manchego, DOP Calasparra, DOP Miel de la Alcarria, DOP Ajo Morado de las

Pedroñeras y DOP Azafrán de la Mancha. Con esta ayuda se ha apoyado **la carga que suponen los costes fijos ocasionados por la participación en el régimen de calidad diferenciada,** que incluye gastos de inscripción y la cuota anual de participación en el mismo, así como el coste de los controles necesarios para comprobar el cumplimiento del pliego de condiciones del régimen de calidad.

La **submedida 3.2 (**enfocada a actividades de **información y promoción)** ha tenido una **ejecución de 8.667.560,12€, el 99,70% de la meta prevista,** centrada en productos clave o emblemáticos como **vino, aceite, queso, ajo y azafrán**. Se ha apoyado a **19 asociaciones y organizaciones de productores** de los regímenes de calidad existentes en Castilla-La Mancha, que han llevado a cabo **494 acciones de promoción e información**, con campañas conjuntas y la asistencia a ferias especializadas, promoviendo la mejora y consolidación de **la imagen e impulsando el reconocimiento de los productos regionales**. La repercusión de la misma en el valor añadido de la calidad diferenciada se genera por el **refuerzo de la presencia en los mercados**, la mejora en la divulgación de la **identidad territorial** así como la **potencial incidencia en la demanda del consumidor.**

La **principal motivación** para producir bajo un régimen de calidad diferenciada reside en el **mayor precio de venta de la producción,** lo que provoca que cuando las ayudas y el mercado no compensan el lucro cesante, se produzcan retrocesos al sistema convencional, como se señala en las encuestas. En menores proporciones se señalan otros aspectos como la conciencia ambiental y de salud teniendo en cuenta que la mayor parte de las personas se ha acogido a agricultura ecológica. La formación se encuentra detrás de la motivación del 14,2% de las respuestas recogidas.

Se señala que la **agricultura ecológica** aporta **valor añadido** tanto por su **beneficio ambiental, como en materia de salud**, para los productores y los consumidores, además de ser una técnica productiva que ayuda a producir en territorios con condiciones ambientales muy adversas, entre otros aspectos.

Las causas de abandono del régimen de calidad (con carácter predominante ecológico) residen en la **falta de ayudas, de rentabilidad y problemas de comercialización**. En ausencia de ayudas, las causas que motivan la permanencia en el régimen ecológico se encuentran en la conciencia ambiental, el tamaño de la explotación, la compensación con otras ayudas (ecorregímenes) y la valoración de los productos, entre otras.

La producción bajo el régimen de calidad diferenciada ha supuesto **cambios en la gestión de la explotación y la comercialización** y ha generado nuevas dificultades en estos aspectos, además de aquellas derivadas de la valoración de los productos, aspectos en los que se apoya desde el PDR, con las medidas de formación (medida 1), asesoramiento (medida 2) y de apoyo a la promoción (submedida 3.2). No obstante, el coste de la formación y el asesoramiento que deben soportar las personas titulares de explotaciones se señala como elevado, y en ocasiones limitante.

Entre **las barreras para acceder a la ayuda para participar en nuevos regímenes de calidad diferenciada, incluyendo la agricultura ecológica** se encuentran la complejidad normativa y la incertidumbre de su incumplimiento, la falta de formación de los asesores, el

coste de la formación, asesoramiento y certificación para cumplir los compromisos y la falta de cobertura de internet de algunos territorios.

Entre los **resultados de las ayudas** se encuentran la de generar un mayor valor añadido de las producciones, considerado como un mayor valor de venta del producto y mejores ingresos, un impacto positivo en el suelo, la capacidad de diferenciación del producto y el acceso a nuevos mercados, mayor reconocimiento del producto, desempeño del trabajo en un terreno sano, tranquilidad de una alimentación segura, e invertir en un terreno en condiciones adecuadas para las generaciones futuras. También se resalta el impacto que se produce en el territorio, al incidir en la paliación del abandono de la actividad agraria y de la despoblación rural.

Entre los **efectos negativos** se señalan la menor cantidad de producción, mayores costes de producción asociados, el incremento del trabajo, disminución de la rentabilidad y el exceso de controles sin que se vea repercutido el esfuerzo en el precio final.

Se señala que los **consumidores** valoran más el producto bajo algún régimen de calidad diferenciada, incluyendo la agricultura ecológica, suponiendo un carácter diferencial para definir la opción de compra, pero son sensibles al incremento de precio, aunque sean conscientes de los beneficios de la calidad diferenciada. El refuerzo y la consolidación del valor añadido de la calidad diferenciada por parte de la Administración dentro de un margen genérico se señala como una acción que redundaría de manera positiva, generando sinergias con las acciones individuales que abordan las entidades de las distintas figuras.

La agrupación de pistacho advierte de un posible **desajuste entre la capacidad de incremento de la producción ecológica y la demanda del producto**, al no estar creciendo al mismo ritmo, por lo que entiende que esta situación puede hacer que si el mercado no remunera los costes de producción puede hacer volver al sistema convencional a algunos productores. Entiende que esta situación podría paliarse con un mayor esfuerzo de promoción de la agricultura ecológica, a nivel general, por parte de la Administración, apuntando las ventajas que implica no solo ambientales sino socioeconómicas para los territorios rurales y de salud para la población consumidora en general y productora en particular.

Las **acciones de promoción apoyadas con la submedida 3.2 han generado, en opinión de las entidades que las han llevado a cabo**:

- Un **mayor conocimiento** del producto (a excepción del queso).
- La **mejora de la imagen** (a excepción del queso).
- Aumento de **interés** o del nivel de ventas en **nuevos consumidores** en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Incremento del nivel de ventas en **consumidores que ya conocían el producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Mayor conocimiento sobre los **métodos de producción del producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Mayor conocimiento sobre el **respeto por el medio ambiente vinculado al producto**, en el caso del aceite y la producción ecológica.

- Mejora de la **calidad de vida o salud de los consumidores**, en el caso del aceite y la producción ecológica.
- Empleo y dinamización territorial.

Las principales barreras para la promoción a través de la ayuda son la falta de recursos económicos, la normativa compleja y la carga administrativa.

Entre los **retos señalados para la calidad diferenciada** se encuentran las necesidades de:

- **Ayudas** para la agricultura ecológica, que compense el lucro cesante. Simplificación administrativa.
- **Concienciar a las personas consumidoras**. Promoción que ponga de manifiesto la alta calidad de estos productos y cómo puede participar el consumidor en los valores que generan a través la compra y en el desarrollo/conservación del medio ambiente a través de su consumo.
- **Apoyo institucional** a los productores y a los productos de calidad diferenciada.
- **Promoción** y **nuevas formas de comercialización**.

Agrupaciones de productores

Con la **operación 9.1.1** se ha impulsado la formación de **15 agrupaciones de productores** para la comercialización conjunta, en los sectores del vino, aceite, azafrán, pistacho y setas y hongos, con un gasto público total de 4.048.292,01€, el 86,87% de la meta. Estas agrupaciones han integrado **50 entidades cuyos socios suman 17.364 explotaciones y un volumen comercializado de 336.373.448,59€.** Con esta ayuda se incide en la disminución de **la atomización y la profesionalización de la comercialización** y el acortamiento de los canales de comercialización, etc. En opinión de las entidades beneficiarias, las agrupaciones de productores permiten que el valor añadido generado en la cadena se quede en el territorio.

La operación 9.1.2 para el impulso de **agrupaciones forestales no ha tenido éxito**. Entre las causas se encuentran la ausencia de organizaciones de productores forestales consolidadas tradicionalmente, los elevados condicionante de la ayuda para crear desde cero estructuras complejas en un sector forestal muy atomizado, la complejidad administrativa de la ayuda y la falta de estímulo económico de la misma, entre otros.

En los casos analizados, la operación ha permitido, además de a la comercialización conjunta por parte de los productores, una serie de **beneficios estructurales y duraderos**:

- Crear **equipos comerciales profesionales** dedicados a aspectos técnicos, comerciales y administrativos que han permitido la profesionalización de aspectos que antes desempeñaban los socios y proporcionar servicios integrales de comercialización.
- **Concentrar la oferta** de productos estratégicos en CLM (azafrán, vino, aceite, pistacho, setas y hongos).
- Mejorar la **capacidad de negociación** frente a intermediarios y grandes compradores, generar posiciones más sólidas en el mercado y mejorar la credibilidad ante clientes.

- **Diversificar mercados**, especialmente en exportación y reforzar la competitividad de la industria al actuar las agrupaciones como proveedores organizados y profesionalizados.
- Introducir dinámicas de **planificación y comercialización conjunta**, mejora de calidad, desarrollo de marcas conjuntas, realizar estudios y análisis del mercado, actuaciones de promoción, marketing y publicidad, etc.
- Generación de **impacto en el territorio y en el sector agrario** al reducir el abandono de la actividad agraria y atraer población cuando se empieza a generar valor añadido, revalorizar las producciones, generar sectores más estructurados, empleo, paliación del abandono de la actividad agraria, etc.
- Impulsar innovación e **inversiones en I+D**, que contribuyan a la profesionalización del sector.

Las agrupaciones reconocen que el apoyo inicial de la ayuda ha resultado clave para la **integración real de explotaciones** en canales de valor más estructurados, aunque en algunos casos, de sectores más pequeños, se explica que el apoyo tras la creación podría contribuir a su consolidación, al atender necesidades derivadas de la situación del sector o generada por el resultado financiero de la primera etapa de creación.

Por otro lado, la **operación 9.1.2, del sector forestal**, es una excepción, porque no ha registrado ejecución, y fue finalmente desprogramada, debido a causas atribuibles al **diseño de las normas y la convocatoria**, al **contexto territorial** y a la **ausencia de animación específica**. El análisis indica que las bases y la convocatoria de 2017 restringieron los posibles participantes a grupos reconocidos formalmente y solicitaron compromisos de venta conjunta del 100% por cinco años, así como una estructura difícil de implementar fruto del artículo 27 del Reglamento (UE) 1305/2013. Esto fue un **impedimento** en un sector con muchos pequeños actores y sin experiencia previa en organizaciones de productores.

Finalmente, el trabajo de las encuestas y entrevistas directas ha permitido detectar una serie de **factores limitantes de naturaleza cultural, organizativa y normativa** que limitan el potencial de esta medida del PDR:

- **Pérdida de identidad personal de los socios que se agrupan y rechazo a marcas conjuntas** en sectores como el vino y el aceite, ya que hay cooperativas que perciben sus marcas históricas como elementos de su identidad local y se muestran reacias a perderlas frente a nuevas marcas colectivas, lo que limita la integración comercial en las condiciones en las que está diseñada la ayuda.
- **Falta de cultura asociativa o cooperativa y desconfianza histórica**, con reticencias a ceder autonomía y a participar en proyectos conjuntos a largo plazo. La creación de una agrupación de productores exige romper barreras culturales que limitan la cooperación y abordar un ejercicio inicial de generosidad (renunciando a identidad individual y procesos individualizados) aunque posteriormente se superan y se compensan por los resultados obtenidos.

- **Comunicación interna insuficiente:** La falta de comunicación y difusión de los detalles de las agrupación a los socios integrantes de las cooperativas de base debilita la implicación.
- **Restricciones normativas y de diseño**: limitación del porcentaje de ventas por los socios de la agrupación individualmente, dificultades para compatibilizar venta directa y en tienda con la agrupación de productores, limitaciones para incorporar nuevos socios durante la vigencia de las ayudas, intensidades de ayuda vinculadas a la facturación que penalizan sectores pequeños, etc.
- **Aspectos financieros,** que dificultan el acceso al crédito de nuevas entidades y generan una situación de debilidad financiera de las agrupaciones beneficiarias de sectores pequeños que comienzan con poco músculo financiero.

Los retos de las agrupaciones, además de tener puntos en común basados en las anteriores limitaciones, añaden otros aspectos propios de cada sector y su desarrollo.

A continuación, se ha formulado una serie de recomendaciones basadas en el diseño de las intervenciones, implementación y gestión, sostenibilidad y escalado y coordinación con otras medidas y políticas:

1. **Diseño de las intervenciones, implementación y gestión**

   1.1. Se alienta a buscar soluciones que atiendan la necesidad apuntada por las personas y entidades beneficiarias de **simplificación administrativa y acompañamiento** para que no supongan un freno al acceso y a la eficacia de las ayudas, en tanto que la normativa de aplicación lo permita.

   1.2. Se anima a indagar en las posibilidades de **ajustar las intensidades de ayuda y los criterios de la operación 9.1.1 para sectores estratégicos de baja facturación** agregada pero alto valor territorial y simbólico (ej.: azafrán o producciones ecológicas emergentes) con modelos de intensidad de la ayuda que no tengan en cuenta sólo la facturación sino también la atomización del sector, el riesgo de abandono de la actividad o la relevancia estratégica de los cultivos, en la medida de lo posible.

   1.3. Se anima a revisar las condiciones de aplicación de la operación 9.1.1 para que **la financiación no suponga un aspecto que conduzca a la falta de viabilidad de la agrupación,** considerando aspectos alternativos como el acceso a instrumentos financieros, créditos, anticipos con avales, reducción de los plazos de pagos, etc., en la medida de lo posible.

   1.4. Se invita a **revisar las restricciones normativas que limitan el crecimiento de las agrupaciones de productores (9.1.1)** para permitir la **incorporación de nuevos socios** durante la vigencia de las ayudas, en la medida de lo posible, ya que las limitaciones de producción pueden suponer una reducción de los resultados de la ayuda y de la agrupación.

1.5. Se anima a buscar alternativas para el tratamiento de la **venta en tienda y la venta directa** desde las cooperativas de base, en las agrupaciones de productores, para que no obstaculicen los canales de comercialización de proximidad que aumentan la participación del productor en el valor final y la identidad territorial. Al objeto de acompañar la superación de la principal barrera para formar la agrupación sobre la **pérdida de identidad**, se recomienda analizar las posibilidades de que la **nueva marca creada** con la agrupación de productores pueda convivir o no anule completamente las marcas originales con elevado arraigo territorial, al menos en las etapas iniciales, hasta la consolidación de la agrupación de productores y la nueva marca.

1.6. Se anima a explorar alternativas para la **adaptación normativa, en la medida de lo posible para mejorar la acogida de la operación 9.1.2 por el sector forestal:** la falta de acogida de esta operación revela que exigir el cumplimiento inmediato de todos los requisitos del artículo 27 del Reglamento (UE) 1305/2013 (reconocimiento formal, comercialización conjunta y estructura administrativa estable) resultó problemático en un **sector con desafíos de dispersión y falta de estructura**. Se anima, para futuras convocatorias similares, a explorar las posibilidades de extender la elegibilidad más allá de las agrupaciones de productores forestales formalmente reconocidas, con itinerarios de preagrupación y agrupaciones de cooperación, flexibilizar compromisos de comercialización y adaptar exigencias organizativas a la realidad forestal, con un modelo de instrumentos combinados de asesoramiento técnico, animación territorial y apoyo económico, en la medida de lo posible, con el objetivo de crear primero la demanda organizativa antes que ofrecer la financiación.

2. Aspectos estratégicos

2.1 Se recomienda analizar las posibilidades de **apoyar institucionalmente por parte de la Administración la calidad diferenciada y la agricultura ecológica**, con acciones marco que puedan servir de apoyo a la promoción individual de otras entidades del sector, de forma que se dé a **conocer el valor añadido de estas producciones en la región para concienciar al consumidor**, tal y como han propuesto las entidades y personas beneficiarias de las ayudas, reclamando un papel más activo de la Administración.

2.2 La **formación y el asesoramiento** está detrás de la motivación para aplicar regímenes de calidad de un porcentaje de personas relevante, pero en ocasiones, el coste de la misma, unido a otros costes como el del asesoramiento y de la certificación pueden ser limitantes por lo que se alienta a buscar alternativas que contribuyan a disminuir los **costes para cumplir con los requisitos administrativos de los productores**, en la medida de lo posible de forma que no desincentiven su incorporación. En este aspecto, también se anima a reforzar la comunicación entre Administración y entidades de asesoramiento, **aumentando las herramientas de formación para los asesores**, para que la falta de

formación de los asesores no implique errores administrativos que impidan que las ayudas lleguen al sector productor.

2.3. Se anima a recoger las sugerencias de las entidades beneficiarias por parte de la Administración e impulsar acciones que **fomenten el cooperativismo y los modelos asociativos,** a través de jornadas en las que se compartan experiencias, visitas a modelos cooperativos que hayan tenido éxito, etc., además de que se articulen ayudas que apoyen con las inversiones iniciales. Los ejemplos llevados a cabo por una agrupación, para apoyar la superación de esta limitación han contado con la elaboración de planes estratégicos participativos y visitas y referencias a modelos cooperativos de segundo grado consolidados en otras regiones.

2.4 El valor añadido que genera la comercialización a través de las agrupaciones de productores permanece y repercute en el territorio, pero para ello, las entidades consideran **imprescindible que la administración incentive la aplicación de medidas estratégicas para la industria, la implantación de la industria de transformación y de los servicios avanzados** (comercialización, marketing, innovación) en el territorio, por lo que se invita a seguir apoyando este aspecto además de indagar en aspectos que redunden en una mayor creación de agrupaciones de productores y de canales cortos de comercialización.

2.5 Se invita a explorar formas que incentiven la **conexión del sector investigador con el sector productor**, de forma que aquellos sectores en los que se está demandando I+D, puedan acceder al conocimiento generado, se incentive la cooperación para producir un mayor conocimiento innovador y la divulgación de resultados tenga un mayor alcance.

2.6 Se anima a establecer **procesos de diálogo entre Administraciones** que permitan atender las necesidades de mano de obra extranjera y la agilización de trámites, de forma que las campañas agrarias estén atendidas y no se pierda eficiencia en los impulsos de la comercialización de las agrupaciones de productores, y con ello de las ayudas.

3. Sostenibilidad y consolidación de logros

3.1**. Se invita a explorar alternativas de apoyo que permitan consolidar agrupaciones de productores** (9.1.1) más allá del periodo de ayuda con ayudas a servicios comerciales y de gestión compartida, digitalización comercial y profesionalización de la venta/exportación, con el objetivo de **garantizar la continuidad y crecimiento de las agrupaciones más sólidas** por su papel vertebrador y generador de economías de escala. En estas alternativas se invita a considerar las propuestas del sector para que estos requisitos atiendan las necesidades de los mismos, con criterios alcanzables y realistas.

9. Acrónimos

PDR: Programa de Desarrollo Rural

PAC: Política Agraria Común

MCSE: Marco Común de Seguimiento y Evaluación

ICC: Indicador Común de Contexto

PCE: Pregunta Común de Evaluación

IAE: Informe Anual de Ejecución

UE: Unión Europea

DO: Denominación de Origen

DOP: Denominación de Origen Protegida

IGP: Indicación Geográfica Protegida

OT: Objetivo Temático (de los Reglamentos UE)

FA / Focus Area: Ámbito Prioritario de la PAC

CLM: Castilla-La Mancha

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

BDNS: Base de Datos Nacional de Subvenciones

10. Prioridades de desarrollo rural de la Unión (recogidas en el artículo 5 del Reglamento (UE) 1305/2013)

Los objetivos de desarrollo rural, que contribuyen a la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, se enmarcarán en las seis prioridades siguientes de desarrollo rural de la Unión, que reflejan los objetivos temáticos correspondientes del MEC:

1) Fomentar la transferencia de conocimientos e innovación en los sectores agrario y forestal y en las zonas rurales, haciendo especial hincapié en:

a) fomentar la innovación, la cooperación y el desarrollo de la base de conocimientos en las zonas rurales;

b) reforzar los lazos entre la agricultura, la producción de alimentos y la selvicultura, por una parte, y la investigación y la innovación, por otra, para, entre otros fines, conseguir una mejor gestión y mejores resultados medioambientales;

c) fomentar el aprendizaje permanente y la formación profesional en el sector agrario y el sector forestal.

2) Mejorar la viabilidad de las explotaciones agrarias y la competitividad de todos los tipos de agricultura en todas las regiones, y promover las tecnologías agrícolas innovadoras y la gestión forestal sostenible, haciendo especial hincapié en:

a) mejorar los resultados económicos de todas las explotaciones y facilitar la restructuración y modernización de las mismas, en particular con objeto de incrementar su participación y orientación hacia el mercado, así como la diversificación agrícola;

b) facilitar la entrada en el sector agrario de agricultores adecuadamente formados, y en particular el relevo generacional.

3) Fomentar la organización de la cadena alimentaria, incluyendo la transformación y comercialización de los productos agrarios, el bienestar animal y la gestión de riesgos en el sector agrario, haciendo especial hincapié en:

a) mejorar la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena agroalimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales;

b) apoyar la prevención y la gestión de riesgos en las explotaciones.

4) Restaurar, preservar y mejorar los ecosistemas relacionados con la agricultura y la silvicultura, haciendo especial hincapié en:

a) restaurar, preservar y mejorar la biodiversidad (incluido en las zonas Natura 2000 y en las zonas con limitaciones naturales u otras limitaciones específicas), los sistemas agrarios de alto valor natural, así como el estado de los paisajes europeos;

b) mejorar la gestión del agua, incluyendo la gestión de los fertilizantes y de los plaguicidas;

c) prevenir la erosión de los suelos y mejorar la gestión de los mismos.

5) Promover la eficiencia de los recursos y fomentar el paso a una economía baja en carbono y capaz de adaptarse al cambio climático en los sectores agrario, alimentario y forestal, haciendo especial hincapié en:

a) lograr un uso más eficiente del agua en la agricultura;

b) lograr un uso más eficiente de la energía en la agricultura y en la transformación de alimentos;

c) facilitar el suministro y el uso de fuentes renovables de energía, subproductos, desechos y residuos y demás materia prima no alimentaria para impulsar el desarrollo de la bioeconomía;

d) reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y de amoníaco de procedentes de la agricultura;

e) fomentar la conservación y captura de carbono en los sectores agrícola y forestal;

6) Fomentar la inclusión social, la reducción de la pobreza y el desarrollo económico en las zonas rurales, haciendo especial hincapié en:

a) facilitar la diversificación, la creación y el desarrollo de pequeñas empresas y la creación de empleo;

b) promover el desarrollo local en las zonas rurales;

c) mejorar la accesibilidad a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) así como el uso y la calidad de ellas en las zonas rurales.

Todas estas prioridades contribuirán a los objetivos transversales de innovación, medio ambiente, mitigación del cambio climático y adaptación al mismo. Los programas podrán abordar menos de seis prioridades si así se justifica conforme al análisis de la situación en términos de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) y a la evaluación previa. Cada programa deberá abordar como mínimo cuatro prioridades. Cuando un Estado miembro presente un programa nacional y un conjunto de programas regionales, el programa nacional podrá abordar menos de cuatro prioridades.

11. Referencias legislativas

• Reglamento (UE) n.º 1305/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 1698/2005 del Consejo.

• Reglamento (UE) n.º 1303/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se establecen disposiciones comunes relativas al FEDER, al FSE, al Fondo de Cohesión, al FEADER y al FEMP, y disposiciones generales sobre dichos fondos.

• Directiva (UE) 2015/1535, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

• Ley 13/2013, de 2 de agosto, de fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario.

• Ley 7/2007, de 15 de marzo, de Calidad Agroalimentaria de Castilla-La Mancha.

• Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas económicas, sociales y tributarias frente a la despoblación y para el desarrollo del medio rural en Castilla-La Mancha.

• Orden 134/2017, de 25 de julio, de la Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural, por la que se establecen las bases reguladoras para el fomento de la creación de agrupaciones u organizaciones de productores en el sector forestal y la creación del Registro de Agrupaciones de Productores Forestales de Castilla-La Mancha.

• Resolución de 27/10/2017, de la Dirección General de Política Forestal y Espacios Naturales, por la que se convocan las ayudas para el fomento de la creación de agrupaciones y organizaciones de productores en el sector forestal de Castilla-La Mancha, y se abre el plazo de inscripción en el Registro de Agrupaciones de Productores Forestales.

• Corrección de errores de la Resolución de 27/10/2017, publicada en el DOCM, relativa a la convocatoria de ayudas para agrupaciones de productores forestales.

12. Anexo I: indicadores comunes de contexto, análisis detallado

12.1. Contexto socioeconómico

Castilla-La Mancha, con una extensión de 79.463 km² (ICC 3), es la tercera comunidad, en términos de superficie, de España. En 2021, según la clasificación de la OCDE sobre grado de urbanización, el territorio catalogado como rural abarcaba el 21,6% de su superficie, mientras que las regiones consideradas intermedias suponían el 78,4%.

La clasificación basada en el tipo de ruralidad que se toma en cuenta en los indicadores comunes de contexto de 2015 para el periodo de programación otorgaba a Cuenca y Toledo una naturaleza predominantemente rural y Albacete, Ciudad Real y Guadalajara se clasificaban como áreas intermedias. No obstante, a partir de 2016, Toledo se reclasificó como área intermedia, con lo que, con la población actual, el porcentaje rural corresponde al 9,46% del total regional y la población de zonas intermedias representa el 90,54%, con la nueva clasificación.

Los datos de población más recientes para Castilla-La Mancha en 2024 constatan un incremento demográfico leve pero sostenido en los últimos años, hasta los 2.104.433 habitantes (ICC 1), de la que el 50,14% son hombres y el 49,86% mujeres.

Tabla 29. Población detallada de Castilla-La Mancha. Anualidad 2024. Clasificación según el criterio de ruralidad de la OCDE.

Región	Nivel NUTS	Tipo de región	Total	Regiones rurales		Regiones intermedias	
			Habitantes	Habitantes	% del total	Habitantes	% del total
Albacete	NUTS3	Intermedia	389.070			389.070	
Ciudad Real	NUTS3	Intermedia	492.948			492.948	
Cuenca	NUTS3	Predominante rural	199.025	199.025			
Guadalajara	NUTS3	Intermedia	280.225			280.225	
Toledo	NUTS3	Intermedia	743.165			743.165	
Castilla-La Mancha	**NUTS2**		**2.104.433**	**199.025**	**9,46**	**1.905.408**	**90,54**

Fuente: INE. Estadística continua de población. Población residente por fecha, sexo y edad. 2024.

La provincia donde el descenso de población registrado representa un mayor impacto en relación a la población de origen es Cuenca, con una disminución del 6,0% (12.771 personas menos) de la población de origen, aunque en valores absolutos la que mayor número de habitantes ha perdido es Ciudad Real, con 29.801 personas menos.

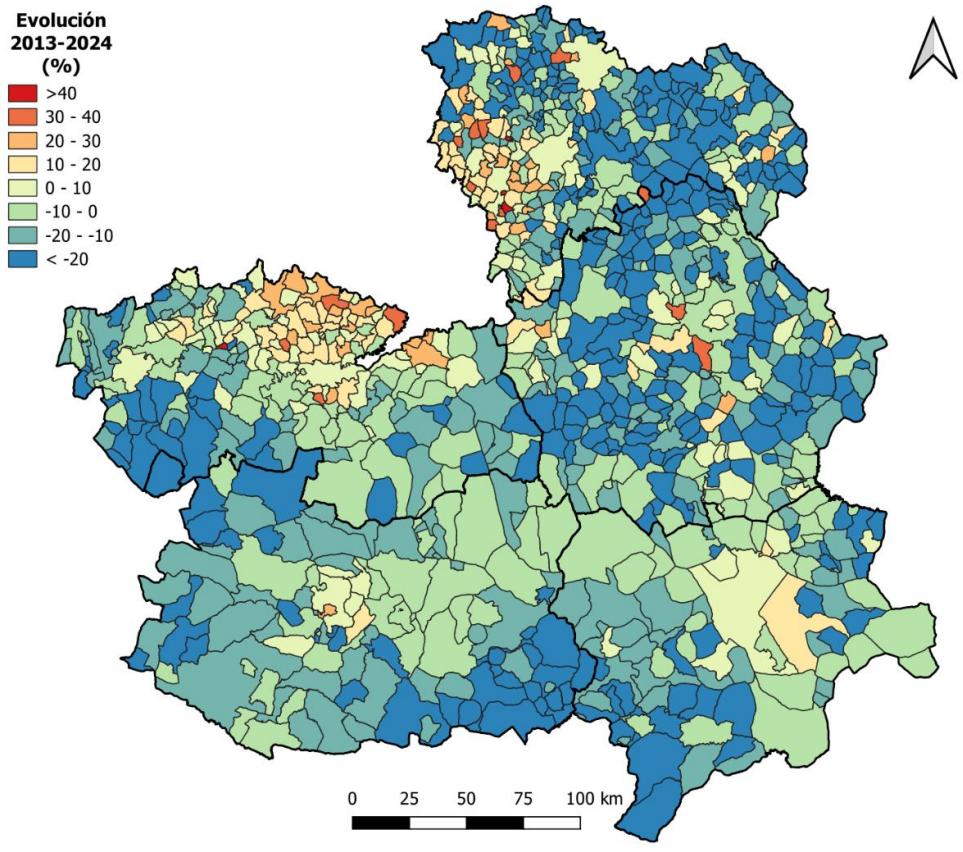
Tabla 30. Evolución de la población residente por provincias

Año	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	Total
2013	399.510	522.749	211.796	257.101	703.236	**2.094.392**
2014	396.684	518.051	208.663	255.240	696.560	**2.075.198**
2015	394.928	514.143	206.594	254.558	692.544	**2.062.767**
2016	392.958	508.409	204.000	254.280	689.253	**2.048.900**
2017	391.574	504.117	202.037	255.332	687.879	**2.040.939**
2018	390.337	498.549	200.596	256.029	687.084	**2.032.595**
2019	389.528	495.106	199.628	258.890	691.725	**2.034.877**
2020	389.874	495.178	199.834	262.409	699.259	**2.045.554**
2021	388.880	491.991	199.004	265.042	703.739	**2.048.656**
2022	385.727	490.806	195.215	268.127	713.453	**2.053.328**
2023	387.529	491.927	198.436	275.082	731.112	**2.084.086**
2024	389.070	492.948	199.025	280.225	743.165	**2.104.433**
% Var.	-2,6%	-5,7%	-6,0%	9,0%	5,7%	**0,5%**

Fuente: INE. Población residente por fecha, sexo y edad. Series detalladas desde 2002.

A raíz de las dinámicas migratorias que se presentaron a finales de la década de 1970, la población total de la región experimentó un crecimiento continuo hasta el año 2012. Sin embargo, a partir de 2012 se produjo un cambio en la tendencia, resultando en un notable descenso de la población, con una reducción de 53.453 habitantes entre los años 2013 y 2018.

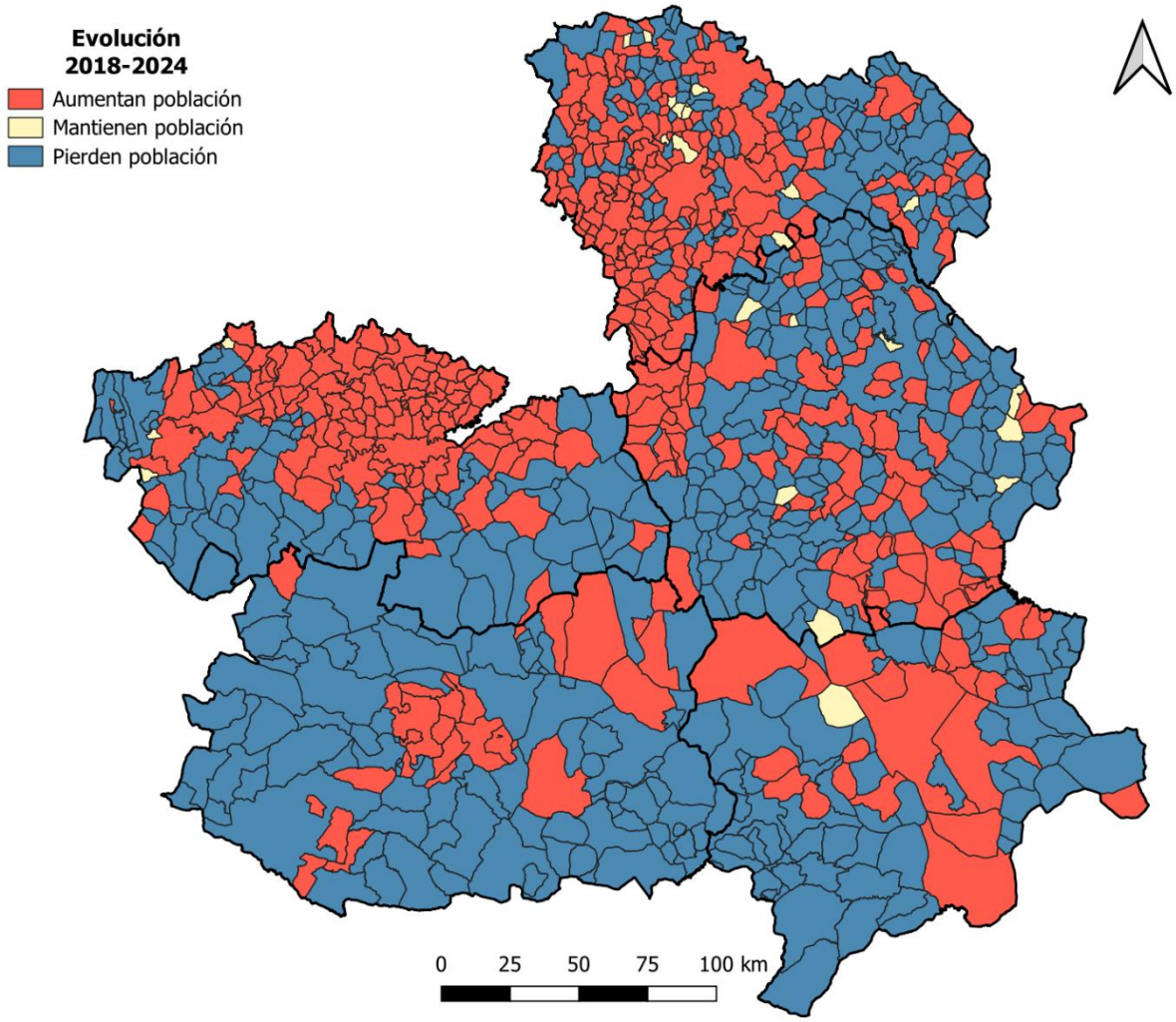
Ilustración 4. Evolución de la población (en %) de Castilla-La Mancha en el periodo 2013-2024



Fuente: elaboración propia a partir de Padrón Continuo (INE)

Desde el año 2018 la población ha experimentado una dinámica demográfica positiva, con un incremento de 71.838 habitantes, resultado del crecimiento poblacional concentrado en las provincias de Toledo, principalmente, y Guadalajara, así como en áreas cercanas a las capitales de provincia, a raíz del incremento en los precios de la vivienda.

Ilustración 5. Evolución de la población de Castilla-La Mancha en el periodo 2018-2024



Fuente: Elaboración propia a partir de Padrón Continuo (INE)

En relación a la tipología de municipios de la región predominan aquellos con menos de 1.000 habitantes, que representan el 69,21% del total, en los cuales reside un 7,54% de la población.

Tabla 31. Tipología de municipios de Castilla-La Mancha según el número de habitantes.

Tipología de los municipios	2013		2024	
	N.º Mun.	Pob.	N.º Mun.	Pob.
Municipios menores de 500 habitantes	505	79.590	534	83.177
Municipios entre 500 y 1.000 habitantes	123	88.126	102	73.540
Municipios entre 1.000 y 5.000 habitantes	215	509.860	204	481.617
Municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes	37	247.201	42	281.635
Municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes	27	396.186	24	357.216
Municipios que superan los 30.000 habitantes	12	780.035	13	801.349

Fuente: elaboración propia con datos del Padrón Continuo (INE)

El 74,43% de los municipios de la región han experimentado una disminución de su población desde 2013. Sin embargo, al considerar el periodo desde 2018 este porcentaje se reduce, motivado por el crecimiento demográfico que han experimentado algunas zonas de Castilla-La Mancha. Desde 2018, el 61,27% de los municipios de Toledo y el 54,51% de Guadalajara han incrementado su población, cuyo aumento se vincula mayoritariamente al efecto de atracción de su proximidad con Madrid, lo que ha favorecido el asentamiento de nuevos residentes en municipios cercanos a la capital y en áreas con buenas comunicaciones.

Este incremento ha sido menos significativo en Ciudad Real, donde únicamente el 18,63% de los municipios han registrado un crecimiento positivo. En el caso de Albacete y Cuenca el porcentaje de municipios cuya población ha aumentado desde 2018 es del 31,03% y 41,18% respectivamente. En términos generales a pesar del aumento poblacional de estos últimos años el 51,58% de los municipios sigue perdiendo población, lo que agrava la disminución en la densidad de población y la gradual situación de despoblación.

La densidad media de la población[11] en Castilla-La Mancha, según las últimas cifras oficiales, es de 26,2 habitantes por km^2 (ICC 4), cifra que se encuentra muy por debajo los 95,26 habitantes por km^2 del conjunto de España para el año 2023.

Tabla 32. Densidad de población en Castilla-La Mancha

Ámbito territorial	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Albacete	26,7	26,6	26,5	26,3	26,3	26,2	26,2	26,1	26,1	26,1	26,0
Ciudad Real	26,5	26,2	25,9	25,6	25,4	25,2	25	24,9	24,8	24,9	24,8
Cuenca	12,4	12,2	12,1	11,9	11,8	11,7	11,7	11,7	11,7	11,7	11,6
Guadalajara	21,2	21,1	21,0	21,0	21,0	21,2	21,4	21,5	21,7	21,9	22,5
Toledo	45,8	45,4	45,2	45,1	45,0	45,1	45,5	45,5	45,8	46,2	47,6
Castilla-la Mancha	**26,4**	**26,2**	**26,0**	**25,8**	**25,7**	**25,7**	**25,8**	**25,7**	**25,8**	**25,9**	**26,2**

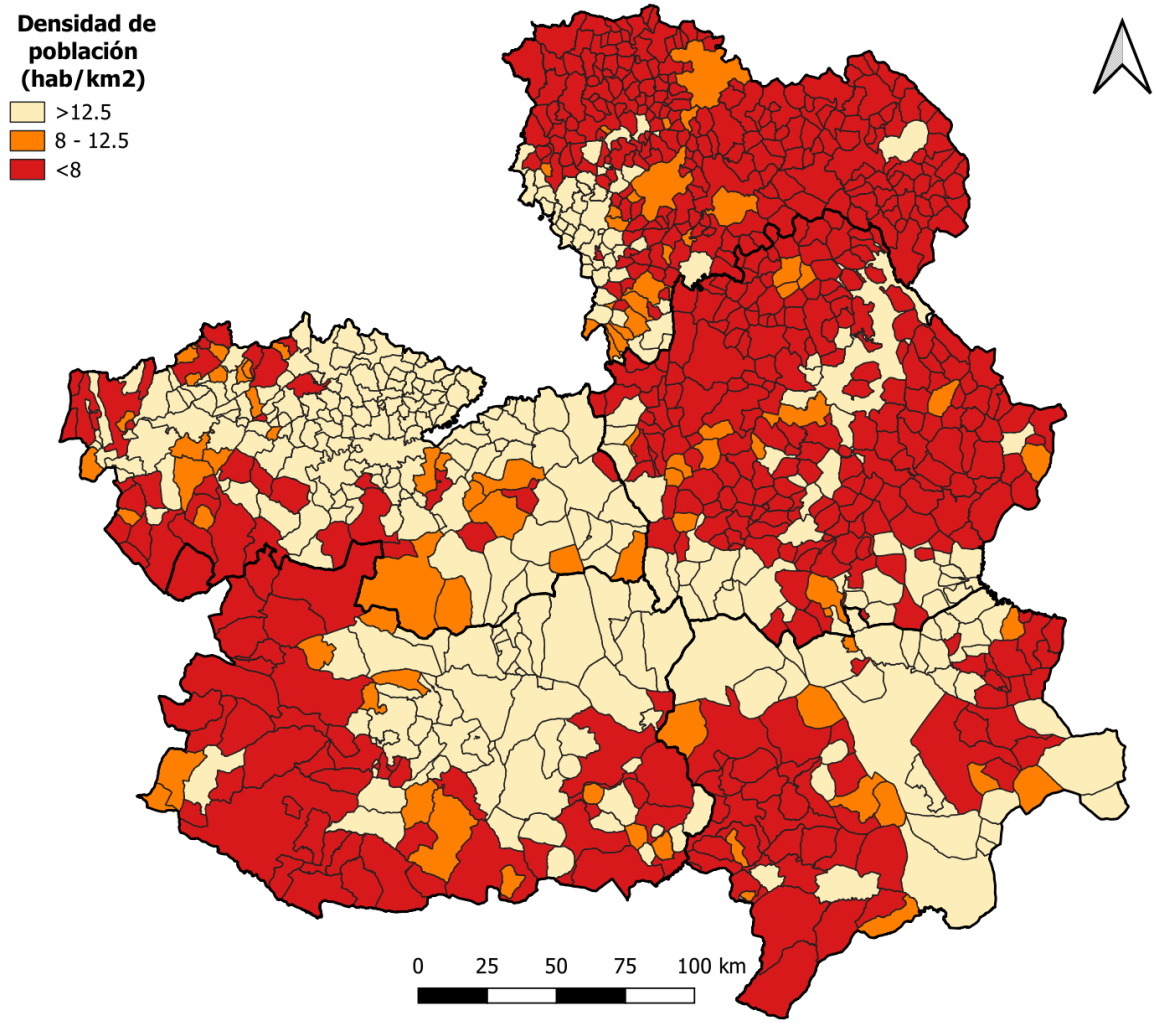
Fuente: EUROSTAT

La densidad poblacional se ha reducido en este periodo en 0,20 hab/km^2. El mayor descenso lo ha experimentado Ciudad Real, con 1,67 hab/km^2 y una densidad de población en 2023 de 24,8 hab/km^2. Cuenca se posiciona como la provincia con la menor densidad, 11,6 hab/km^2 y Guadalajara (22,5 hab/km^2) y Toledo (47,6 hab/km^2) son las únicas que han experimentado un aumento, con 1,32 y 1,77 puntos respectivamente.

[11] Fuente: EUROSTAT, ICC 4 Densidad de población. Relación entre la total de población y la extensión territorial de la Comunidad en hab./km2.

La pérdida de población se traduce en una disminución de la densidad de población en provincias predominantemente rurales[12], que se sitúa en 2021 en 21,1 habitantes/km^2 (ICC 4), cifra ligeramente inferior a la registrada en 2013[13] (21,7 habitantes/km^2). Conviene señalar que esta cifra tiene en cuenta la población residente de las capitales de provincia y otros núcleos urbanos de mayor entidad, cuyo peso atenúa el impacto de la despoblación en las áreas rurales.

Ilustración 6. Densidad de población (hab/km^2) en Castilla-La Mancha. Año 2024



Fuente: elaboración propia con datos del Padrón Continuo (INE) 2024 e IGN.

En el año 2024 había en Castilla-La Mancha 237.904[14] extranjeros, lo que representa un 41,52% más que en 2016 (168.106) y la cifra más elevada durante el periodo de estudio.

A lo largo del periodo de ejecución del Programa se han producido importantes movimientos migratorios en Castilla-La Mancha, como resultado de las dinámicas económicas temporales.

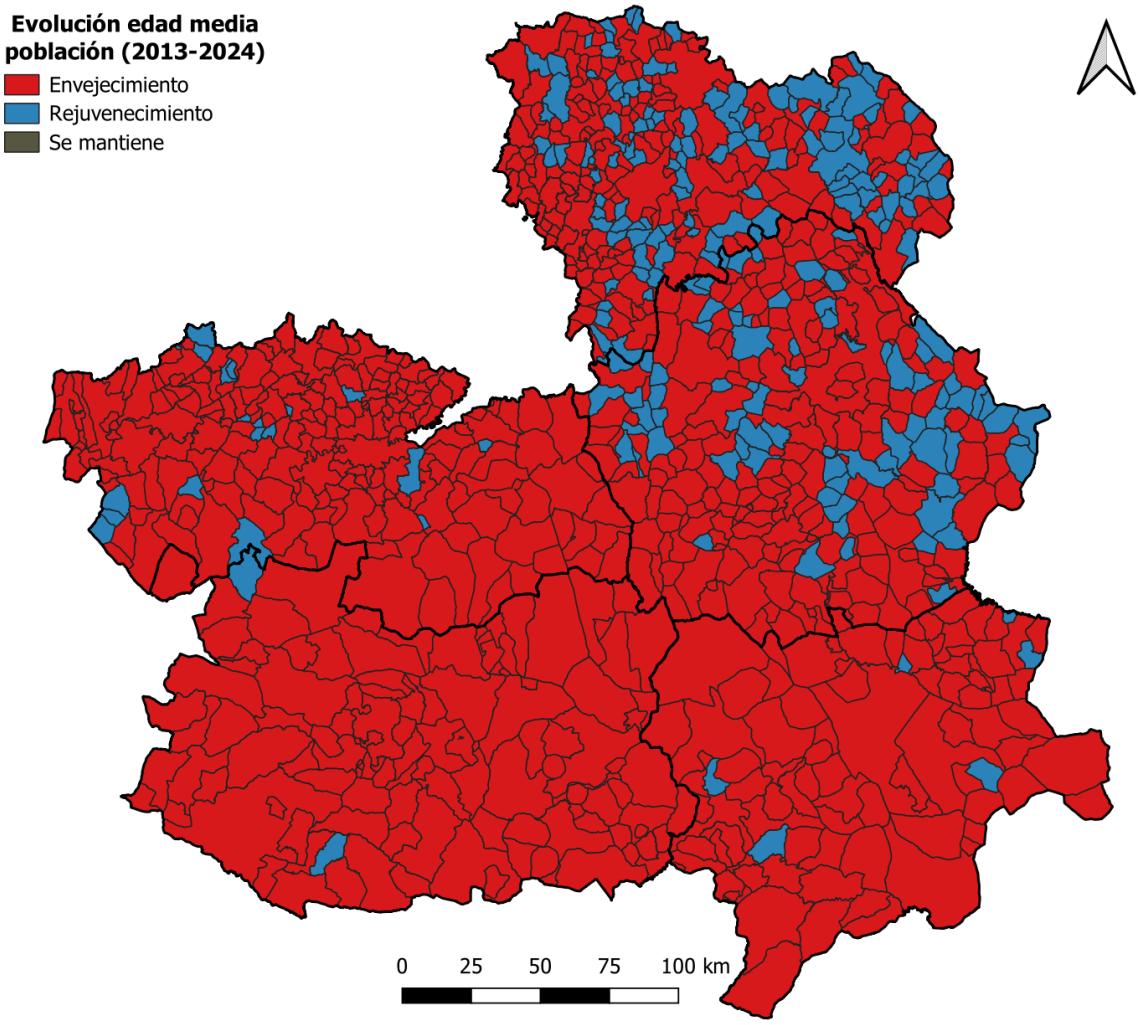
[12] Excluida la provincia de Toledo.

[13] En 2015 Toledo se incorpora a las regiones intermedias (según clasificación metodología OCDE). Los valores de referencia de 2013 con Toledo como región predominantemente rural eran de 28,23 hab./km ^{2}

[14] Fuente: INE. Estadística continua de población. Población residente por fecha, sexo, grupo de edad y nacionalidad. Datos a 1 de enero.

En referencia a la edad media de la población Castilla-La Mancha cuenta con una estructura de población envejecida (pirámide poblacional regresiva) que se ha acrecentado durante el periodo del Programa. En el año 2013 la edad media de la población era de 41,31 años, mientras que, solo 9 años después, en 2021, la cifra ascendía a los 43,41 años y en 2024 a 44,01 (INE). El proceso de envejecimiento ha afectado a la mayoría del territorio de Castilla-La Mancha y, durante este periodo, únicamente el 22,96% de los municipios han experimentado un rejuvenecimiento de su población.

Ilustración 7. Evolución de la edad media de la población en Castilla-La Mancha (2013-2024)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Censo anual de población (INE)

No obstante, este rejuvenecimiento no se relaciona con un aumento en la natalidad ni movimientos migratorios, sino con el vaciamiento demográfico de los municipios, debido al fallecimiento de la población de edad avanzada. De hecho, se puede observar que en los municipios con una despoblación extrema es donde la edad media ha aumentado en menor medida en comparación con otras categorías de la clasificación.

Tabla 33. Edad media de la población en los municipios de Castilla-La Mancha según la clasificación territorial de la Ley 2/2021, sobre Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural

Clasificación	Edad media 2013	Edad media 2024
Extrema despoblación	54,3	55,2
Intensa despoblación	49,0	51,4
En riesgo	48,2	51,1
Intermedia agrícola	43,3	46,4
Intermedia diversificada	41,5	44,1
Periurbana	36,7	40,6
Urbana	40,0	43,8

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Padrón Continuo (INE) y la Ley 2/2021 de Despoblación

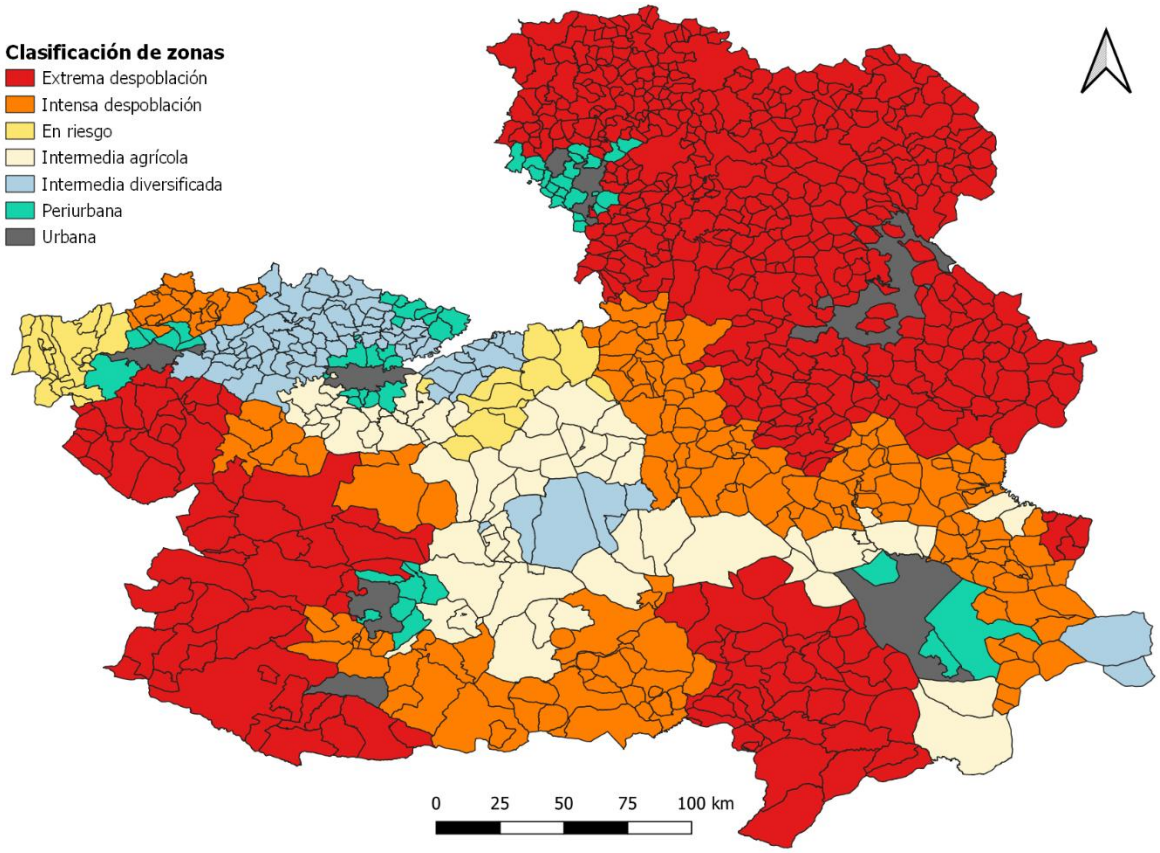
La delimitación de las zonas, para el año 2020, en función de la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha muestra que el 9,59% de la población y el 56,91% de los municipios-núcleos se clasifican como en extrema despoblación y, en el caso de intensa despoblación, esta afecta al 9,90% de la población y al 18,82% de los municipios, con una evolución descendente en esta representatividad de la población que denota el progresivo vaciado demográfico de estos territorios.

Tabla 34. Zonificación (municipios-núcleos y población) según riesgo de despoblación. Cifras de población 2024.

Zonificación	Población	%	Municipios-Núcleos	%
Urbana	610.843	29,10%	7	0,76%
Periurbana	340.123	16,21%	51	5,55%
Intermedia agrícola	400.488	19,08%	62	6,75%
Intermedia diversificada	306.530	14,60%	78	8,49%
En riesgo	31.736	1,51%	25	2,72%
Intensa despoblación	207.842	9,90%	173	18,82%
Extrema despoblación	201.291	9,59%	523	56,91%
TOTAL	**2.098.853**		**919**	

Nota: Existen pequeñas diferencias entre las cifras de población del Padrón continuo y las cifras de población residente por su naturaleza administrativa y estadística. El nivel de desagregación de ambas fuentes implica la convivencia de dichas fuentes estadísticas en el informe y la no coincidencia de la cifra total de población.
Fuente: elaboración propia a partir de Padrón Continuo (INE) y la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.

Ilustración 8. Mapa de despoblación de Castilla-La Mancha (2021) según la Ley 2/2021, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.



Fuente: Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.

Desarrollo económico

En relación al desarrollo económico (PIB per cápita), se ha observado un crecimiento gradual del PIB per cápita desde 2013 hasta 2023, de un 45,76%, aunque con notables fluctuaciones debido a la situación provocada durante la pandemia de COVID-19 de 2019-2020. No obstante, en comparación con la UE-27, los valores continúan siendo inferiores.

Tabla 35. Indicadores comunes de contexto sobre el desarrollo económico regional.

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
€/habitante	UE-27	26.100	26.700	27.600	28.300	29.500	30.400	31.600	30.400	33.200	36.000	38.100
	Castilla-La Mancha	17.700	17.500	18.500	19.100	20.000	20.800	21.300	19.700	21.500	24.000	25.800
€/habitante en porcentaje de la media de la UE	UE-27	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Castilla-La Mancha	67	66	67	68	68	68	67	65	65	67	68
SPA (estándar de poder adquisitivo) por habitante	UE-27	26.100	26.700	27.600	28.300	29.500	30.400	31.600	30.400	33.200	36.000	38.100
	Castilla-La Mancha	19.000	18.900	20.000	20.700	21.800	22.300	22.900	20.700	22.300	26.400	28.700
EPA/habitante en porcentaje de la media de la UE	UE-27	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Castilla-La Mancha	73	71	72	73	74	73	72	68	70	73	75

Fuente: EUROSTAT

Mercado laboral

Entre 2013 y 2024 la tasa de empleo regional ha aumentado un 24,2% hasta el 63,5, para la población de 15 a 64 años.

Tabla 36. Indicadores relacionados con la tasa de empleo de la población entre 15 y 64 años. Castilla-La Mancha. Miles de personas

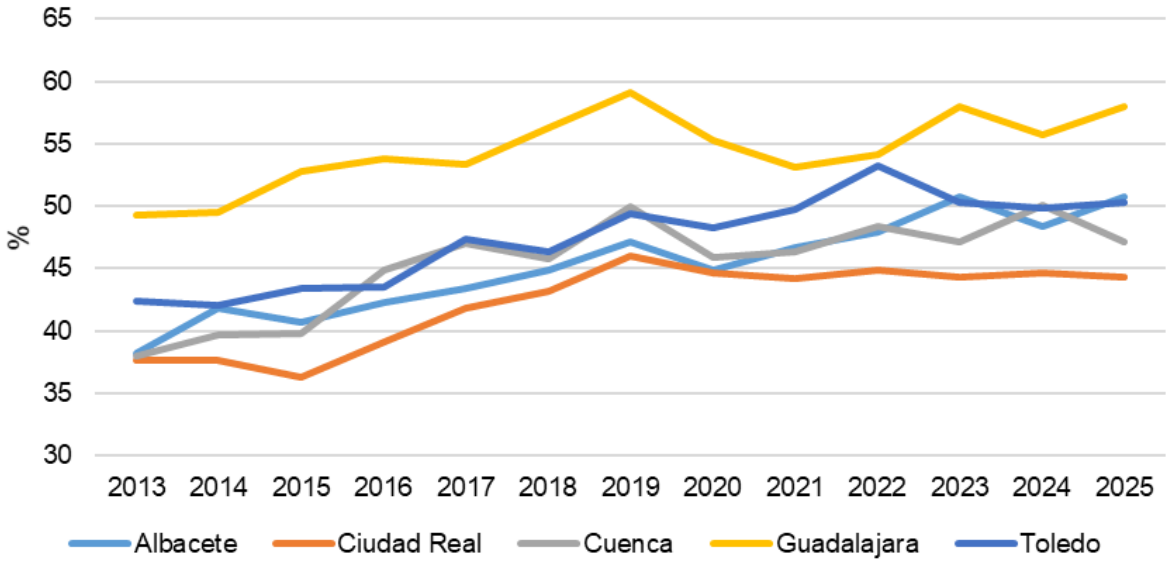
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	% Var.
Empleo	706,5	706,7	724,9	747,3	777,1	797,8	817,7	789,8	837,8	860,2	880,8	885,5	25,3
Población	1.378,9	1.364,7	1.355,4	1.345,7	1.339,5	1.337,1	1.344,6	1.349,8	1.357,6	1.369,3	1.385,7	1.394,6	1,1
Tasa de empleo (%)	51,2	51,8	53,5	55,5	58,0	59,7	60,8	58,5	61,7	62,8	63,6	63,5	23,9

Fuente: EUROSTAT. Nota: Los valores de los ICC mostrados actualmente por Eurostat han cambiado ligeramente respecto a los ofrecidos en el momento de diseño del PDR, por lo que se muestran estas cifras revisadas.

De acuerdo con la encuesta de población activa (EPA) Guadalajara contaba con la mayor tasa de empleo, el 57,95% en el primer trimestre de 2024, seguida de Albacete (50,78%), Toledo (50,28%), Cuenca (47,18%) y Ciudad Real (44,29%).

Castilla-La Mancha ha experimentado una evolución generalmente positiva en la tasa de empleo a lo largo del periodo 2013-2025, aunque esta ha sido mayor en el caso de Albacete (32,93%) y Cuenca (24,26%) y menor en Ciudad Real (17,48%), Toledo (18,53%) y Guadalajara (17,57%).

Gráfica 24. Tasa de empleo por provincias (T1) (%)

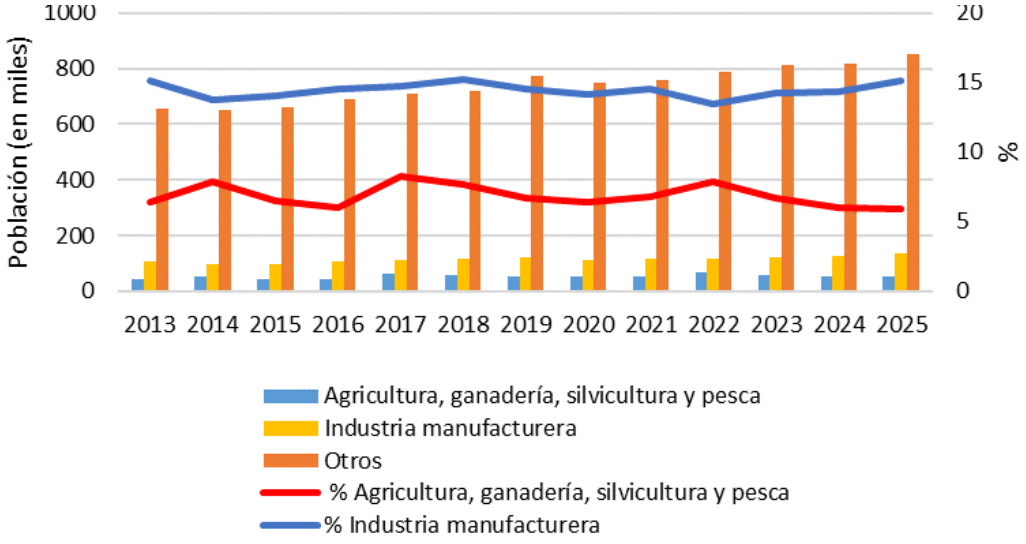


Fuente: elaboración propia a partir de datos de EPA (INE).

Las actividades económicas relacionadas con el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura) han experimentado un comportamiento heterogéneo respecto al resto de sectores económicos a lo largo del periodo 2013-2025. Desde el inicio del Programa, tras diversas fluctuaciones, el peso relativo del sector primario en la agricultura se ha reducido, del 6,37% (2013) al 5,89% (2024), con un descenso de la población ocupada. En el caso de la industria manufacturera la población empleada se ha incrementado en un 29% durante el periodo y ha conseguido mantener su peso relativo respecto al resto de sectores.

El sector agrario representaba el 7,7% [15]del total del empleo de Castilla-La Mancha en 2023, por encima de la media nacional del 3,6%.

Gráfica 25. Población empleada (en miles) y representatividad de la industria manufacturera y la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca respecto al resto de sectores

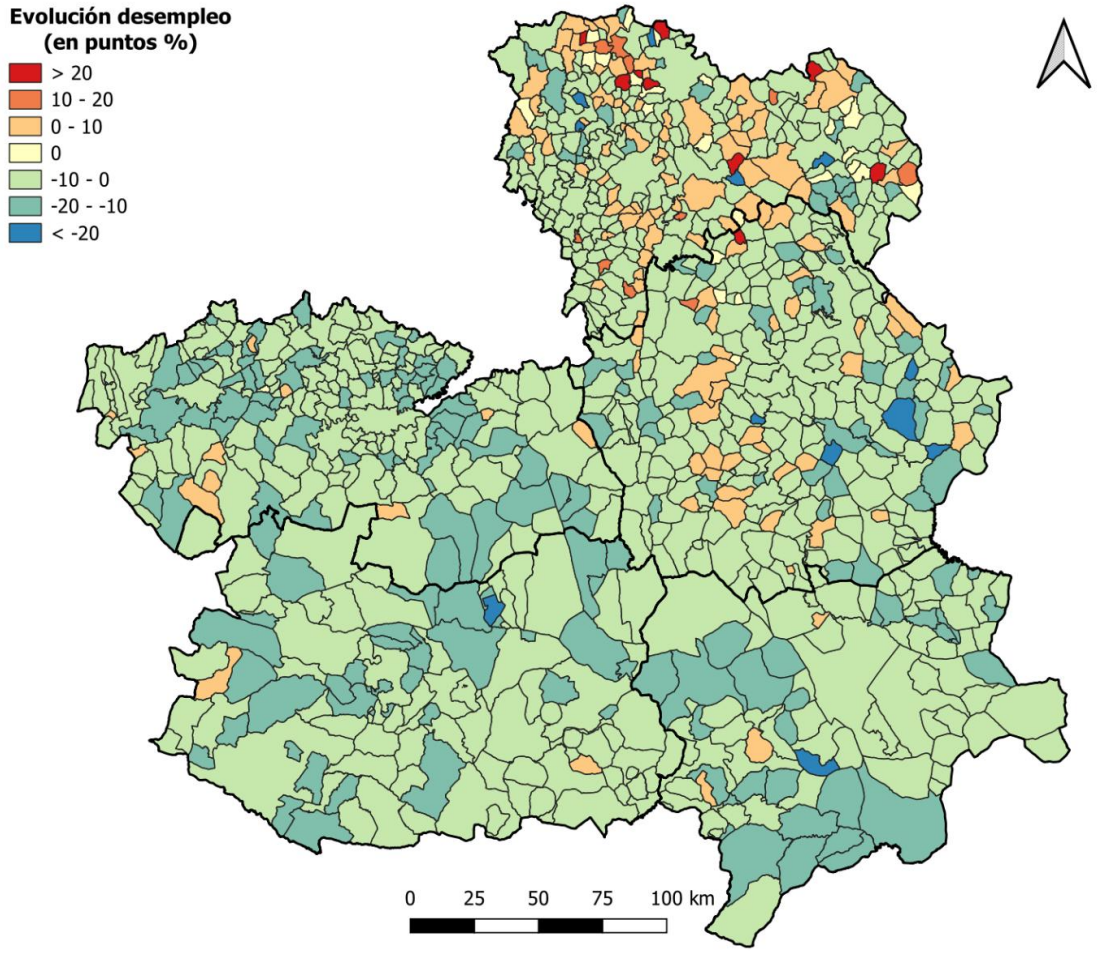


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha y EPA (INE)

[15] Fuente: MAPA. Análisis y prospectiva - serie territorial autonómica

El siguiente mapa muestra la variación, en puntos porcentuales, del desempleo en la región.

Ilustración 9. Evolución del desempleo en Castilla-La Mancha durante el periodo 2013-2024



Fuente: elaboración propia a partir de datos estadísticos del SEPE sobre Paro Registrado, desagregados por municipio, sexo, edad y sector de actividad económica. Años 2013 y 2024.

Nota: la desagregación municipal del paro registrado es posible calcularla hasta el T1 de 2024 en el momento de realización de la evaluación.

En el periodo 2013-2024, se ha observado una mejora general en la tasa de desempleo, que ha pasado del 17,97% en 2013 al 9,46% en 2024. Sin embargo, esta metodología no incluye a los trabajadores mayores de 64 años, quienes tienen un papel significativo en las actividades agrícolas y tiende a sobredimensionar la población activa real, aunque proporciona una visión clara de la evolución del desempleo. Cabe destacar que la población de entre 15 y 64 años ha disminuido en 42.895 personas.

La siguiente tabla ilustra la evolución del desempleo en relación con el grado de despoblación del municipio, de acuerdo con la Ley 2/2021, de 7 de mayo, sobre medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.

El mayor descenso en las tasas de desempleo se ha registrado en las áreas intermedias, periurbanas y urbanas, con una reducción de entre 6,8 y 8,5 puntos porcentuales. En el primer trimestre de 2024, las zonas periurbanas y aquellas con alta concentración de población

presentaban las tasas de desempleo más bajas (8,69% y 8,66% respectivamente), mientras que las áreas en riesgo de despoblación mostraban la tasa más alta (12,58%).

Tabla 37. Tasa de desempleo en edad de trabajar (15-64 años) según grado de despoblación y la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.

	Desempleo (%) 2013	Desempleo (%) 2019	Desempleo (%) 2024
En Riesgo	19,12	14,93	12,58
Toledo	19,12	14,93	12,58
Extrema Despoblación	12,29	9,64	8,66
Albacete	22,10	16,62	12,39
Ciudad Real	23,44	16,95	14,52
Cuenca	11,97	9,31	7,78
Guadalajara	8,84	7,10	7,26
Toledo	19,39	17,48	15,12
Intensa Despoblación	17,08	12,68	10,24
Albacete	18,05	13,20	10,14
Ciudad Real	19,18	14,92	12,30
Cuenca	14,23	10,33	8,33
Toledo	21,58	16,02	13,12
Intermedia Agrícola	19,16	13,81	10,45
Albacete	17,79	13,02	10,29
Ciudad Real	20,67	15,11	10,87
Toledo	18,97	13,49	10,31
Intermedia Diversificada	20,20	14,55	11,70
Albacete	20,69	14,34	10,99
Ciudad Real	19,32	13,92	10,04
Toledo	20,25	14,60	11,84
Periurbana	17,14	11,35	8,69
Albacete	17,95	13,25	10,21
Ciudad Real	20,80	13,90	11,33
Guadalajara	14,03	9,05	7,07
Toledo	18,95	12,55	9,34
Urbana	17,26	12,48	10,24
Albacete	17,14	11,77	9,29
Ciudad Real	18,84	15,19	12,55
Cuenca	14,80	9,41	8,18
Guadalajara	13,67	8,37	7,20
Toledo	18,75	13,70	10,95
TOTAL	**14,82**	**11,17**	**9,46**

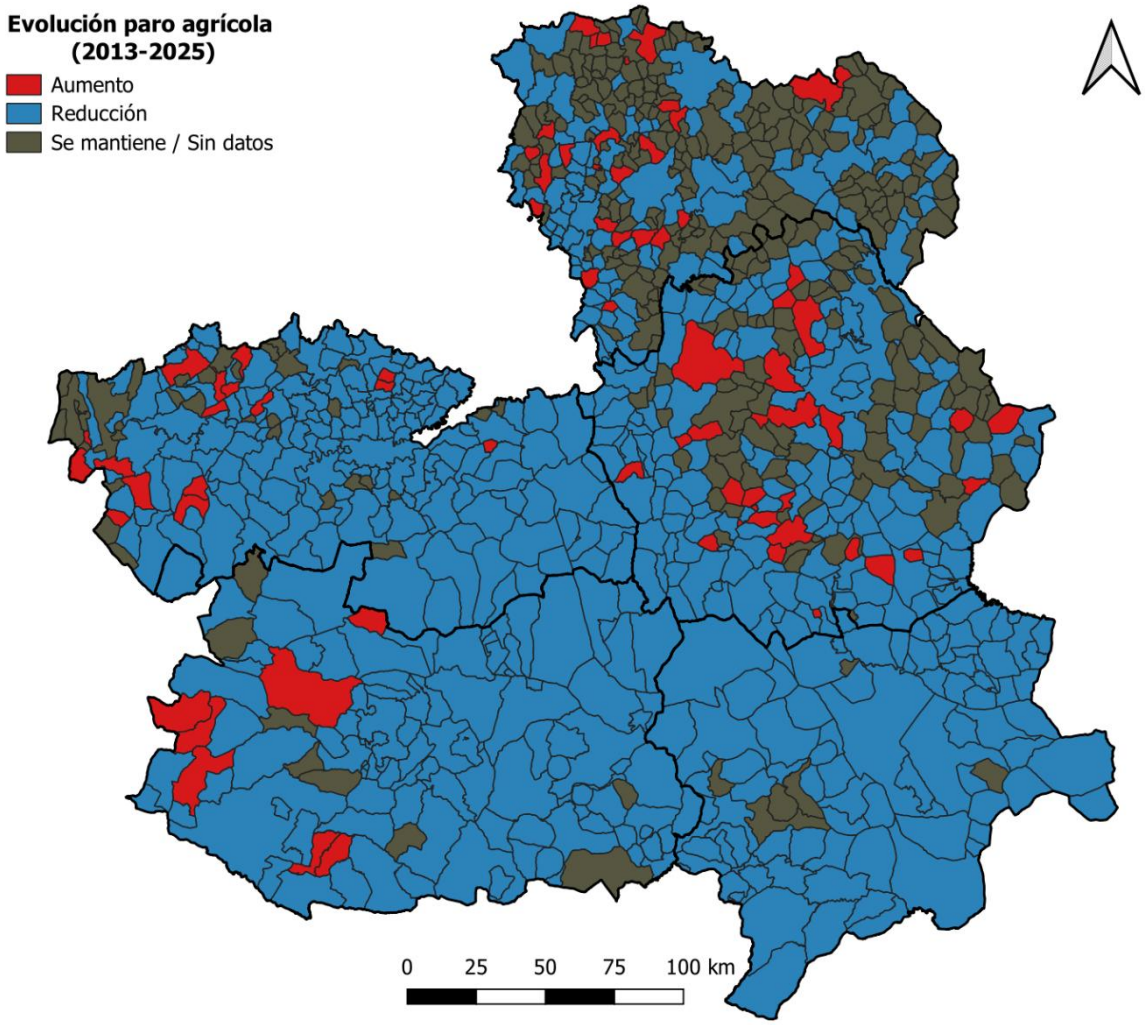
Fuente: elaboración propia con datos del INE y la Ley 2/2021, de 7 de mayo, de medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha.

Respecto al desempleo en el sector agrícola en el primer mes de 2025 había, aproximadamente, 5.463 desempleados en el sector a nivel regional (la cifra omite población por secreto estadístico en la disgregación municipal de la estadística).

Esta cifra ha ido descendiendo a lo largo del periodo 2013-2025, con 24.316 parados agrícolas en 2013. Se ha producido una situación de mejora general, con un menor peso del paro agrícola sobre el resto de desempleados, aunque ha aumentado en algunas zonas de la

serranía de Cuenca o las comarcas de La Jara, La Campana de Oropesa, Sierra de San Vicente o Montes de Toledo.

Ilustración 10. Evolución del paro agrícola en Castilla-La Mancha (Periodo 2013-2025)

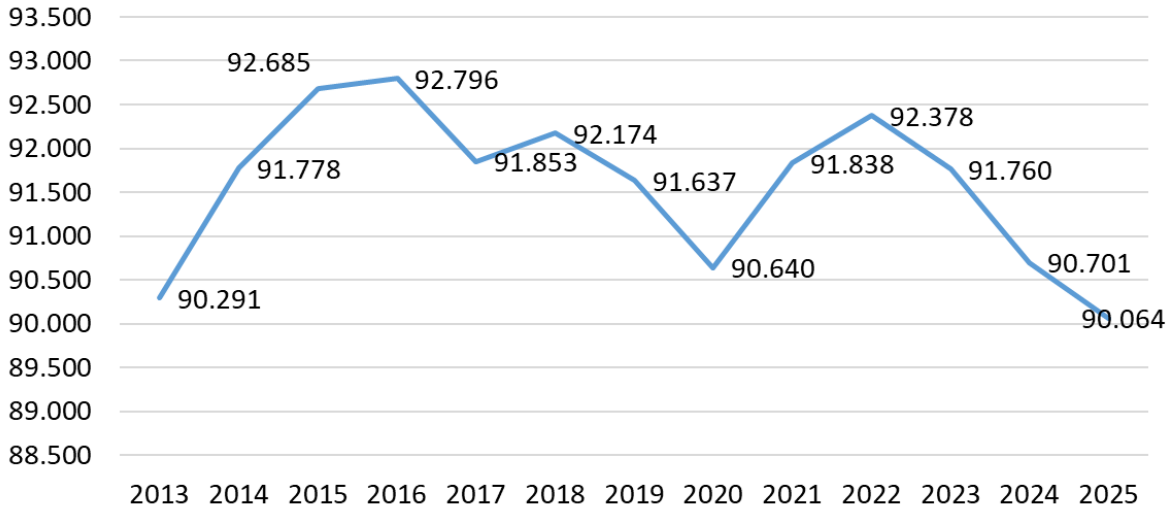


Fuente: elaboración propia a partir de datos estadísticos del SEPE sobre Paro Registrado, desagregados por municipio, sexo, edad y sector de actividad económica. Años 2013 y 2025.

Respecto al número de autónomos en la región[16], se registra a lo largo del periodo un descenso del 0,25% entre 2013 y 2025, con una evolución heterogénea a lo largo de los años.

[16] sin contar el régimen especial de autónomos, que incluye los socios de cooperativas o de empresas colectivas, los miembros de órgano de administración de sociedades mercantiles capitalistas, los familiares de socios de sociedades mercantiles capitalistas, los familiares colaboradores de titulares de explotación, las instituciones religiosas, colegios profesionales, autónomos dependientes y sin relación especial.

Gráfica 26 Evolución del número de autónomos en Castilla-La Mancha.



Fuente: Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha. Afiliación a la Seguridad Social

La distribución del autoempleo, según sexo, en los diferentes sectores económicos, durante el primer trimestre de 2025 muestra que las mujeres alcanzan mayor representatividad en el sector de la agricultura, a través del autoempleo, a medida que aumenta su edad. La agricultura representa el 22,16% del autoempleo, por detrás del sector servicios.

Tabla 38. Autónomos por sexo, edad y sector actividad en Castilla-La Mancha. Peso por sectores.

		Agricultura	Industria	Construcción	Servicios
TOTAL	Total	22,16%	4,76%	13,40%	59,68%
	Hombres	17,26%	3,65%	12,94%	33,59%
	Mujeres	4,89%	1,11%	0,45%	26,09%
< de 25	Total	0,34%	0,05%	0,23%	1,20%
	Hombres	0,29%	0,04%	0,21%	0,72%
	Mujeres	0,05%	0,02%	0,02%	0,48%
De 25 a 34	Total	2,37%	0,35%	0,98%	7,77%
	Hombres	2,03%	0,04%	0,21%	0,72%
	Mujeres	0,34%	0,10%	0,05%	3,65%
De 35 a 44	Total	4,21%	0,95%	3,48%	14,02%
	Hombres	3,30%	0,73%	3,35%	7,16%
	Mujeres	0,91%	0,22%	0,12%	6,87%
De 45 a 54	Total	5,65%	1,37%	4,84%	17,60%
	Hombres	4,46%	1,06%	4,69%	9,86%
	Mujeres	1,19%	0,31%	0,15%	7,75%
De 55 y más	Total	9,55%	2,03%	3,87%	19,02%
	Hombres	7,17%	1,58%	3,75%	11,71%
	Mujeres	2,38%	0,48%	0,12%	7,32%
Sin clasificar	Total	0,03%	0,01%	-	0,06%
	Hombres	0,02%	0,01%	-	0,04%
	Mujeres	0,01%	-	-	0,03%

Fuente: Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha. Afiliaciones a la Seguridad Social. Primer trimestre de 2025.

Actividad económica

El Valor Añadido Bruto (VAB)[17] de Castilla-La Mancha (ICC 10) se situó en 2023 en 49.160,4 millones de euros, lo que supuso un aumento del 45,9%.

El sector agrario supone un 8,3% del VAB regional, por encima de la media nacional y, junto se constituye como la comunidad con mayor [18]peso relativo de la agricultura en la economía.

Entre 2013 y 2023, la participación de la agricultura en el Valor Añadido Bruto (VAB) total experimenta fluctuaciones, con un pico del 9,94 % en 2018 y una disminución hasta el 8,17 % en 2023. La industria manufacturera, por su parte, mantiene una proporción relativamente constante, variando entre el 13,99 % y el 15,73 %, con una ligera tendencia al aumento en los años recientes.

Ambos sectores muestran cambios moderados, aunque la agricultura presenta una mayor volatilidad en comparación con la industria. En 2023, la industria manufacturera tiene un peso relativo superior al de la agricultura en el VAB regional.

Tabla 39. VAB por sectores y porcentaje de participación. Miles de euros. ICC 10.

Año	VAB Total (miles €)	Agricultura, sector forestal y pesca (miles €)	% de la agricultura respecto al total	VAB Industria manufacturera (miles €)	% de la industria manufacturera respecto al total
2013	33.693,8	2.993,3	8,88%	4.713,3	13,99%
2014	32.871,4	2.260,9	6,88%	4.621,3	14,06%
2015	34.479,7	2.892,5	8,39%	4.938,3	14,32%
2016	35.472,6	3.437,2	9,69%	4.982,6	14,05%
2017	36.917,7	3.499,5	9,48%	5.362	14,52%
2018	38.237,5	3.800,5	9,94%	5.294	13,85%
2019	39.322,1	3.297,7	8,39%	5.638,8	14,34%
2020	36.695,7	3.506,5	9,56%	4.986,3	13,59%
2021	39.876,5	3.606,1	9,04%	5.755,5	14,43%
2022	45.222,4	3.430,4	7,59%	7.064,7	15,62%
2023	49.160,4	4.014,6	8,17%	7.692,1	15,65%

Fuente: indicadores ICC 10 (Eurostat)

En cuanto a la distribución del VAB por tipo de región[19] en 2022 (ICC 10), el 88,70 % del VAB de Castilla-La Mancha se localizaba en las provincias consideradas regiones intermedias. Por su parte, Cuenca, que es la única provincia predominantemente rural, contenía el 11,30% del VAB restante. Las áreas predominantemente rurales se caracterizan por un valor añadido bajo, con predominio del sector primario. En cualquier caso, estos datos, cuya disgregación corresponde a 2022, previsible cambiarán, con un crecimiento moderado del VAB de la región en los últimos años.

[17] Fuente: EUROSTAT ICC 10 Estructura económica
[18] Fuente: MAPA. Informes de Indicadores por Comunidad Autónoma
[19] Metodología OCDE

Tabla 40. Estructura de la economía (Valor Añadido Bruto por tipo de región 2022). ICC 10.

	Valor Añadido Bruto por tipo de región (2022)						
	Tipo de Región	Rurales		Intermedias		Urbanas	
		€ (miles)	% del total	€ (miles)	% del total	€ (miles)	% del total
Castilla-La Mancha		**5.108,30**	**11,30**	**40.114,10**	**88,70**	**-**	**-**
Albacete	Intermedia	-	-	8.649,3	19,13	-	-
Ciudad Real	Intermedia	-	-	11.085,0	24,51	-	-
Cuenca	Predominantemente rural	5.108,3	11,30	-	-	-	-
Guadalajara	Intermedia	-	-	5.954,7	13,17	-	-
Toledo	Intermedia	-	-	14.425,1	31,90	-	-

Fuente: EUROSTAT, ICC 10, Estructura económica (VAB) y DEGURBA 2018

Entre 2013 y 2022, la participación del sector agrario en el VAB de Castilla-La Mancha ha experimentado variaciones, con un máximo en 2016 (9,69 %) y sufriendo descensos posteriores, con una notable caída continua desde 2021 hasta el mínimo de la serie en 2023 (8,17 %).

En términos generales, la tendencia a largo plazo es levemente descendente, lo que indica una disminución de la importancia relativa de la agricultura, ganadería y selvicultura en la economía de la región.

Tabla 41. Peso relativo de la agricultura, ganadería y selvicultura sobre el VAB de Castilla-La Mancha (%)

Ámbito	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Albacete	9,28	6,85	9,19	10,90	10,09	10,82	10,30	10,43	10,88	7,55	-
Ciudad Real	10,70	7,43	9,65	11,66	11,70	11,78	8,85	11,39	10,38	8,32	-
Cuenca	15,04	14,27	16,78	15,76	17,42	16,85	17,04	17,78	16,85	14,22	-
Guadalajara	3,83	3,38	3,19	3,87	3,63	4,56	3,66	4,32	4,36	6,01	-
Toledo	7,00	5,22	5,80	7,40	6,79	7,64	5,83	6,92	6,03	5,34	-
Castilla-La Mancha	8,88	6,88	8,39	9,69	9,48	9,94	8,39	9,56	9,04	7,59	8,17

Fuente: EUROSTAT.

En el caso del sector manufacturero se observa una mayor estabilidad en su participación en el VAB, aunque con ligeras fluctuaciones en el transcurso del periodo del PDR. El valor más alto se alcanzó en 2019 (16,89 %), mientras que el más bajo se registró en 2013 (15,39 %), lo que refleja un comportamiento relativamente estable en comparación con otros sectores, aunque con oscilaciones moderadas en algunos años. La tendencia que se observa es ligeramente ascendente, como un pilar relevante a nivel económico para Castilla-La Mancha.

Tabla 42. Peso relativo de la industria manufacturera sobre el VAB de Castilla-La Mancha (%)

Ámbito	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Albacete	13,99	14,06	14,32	14,05	14,52	13,85	14,34	13,59	14,43	15,62	-
Ciudad Real	9,91	10,28	10,35	10,15	11,73	11,47	11,53	12,36	12,49	11,95	-
Cuenca	12,90	13,61	15,64	15,78	16,31	15,41	15,62	12,64	14,97	20,37	-
Guadalajara	10,64	10,13	9,82	9,40	6,47	6,05	6,43	6,51	10,79	10,00	-
Toledo	21,80	20,13	17,45	16,23	17,32	16,06	16,44	16,03	13,98	13,47	-
Castilla-La Mancha	15,39	15,73	16,11	15,78	16,48	15,86	16,89	16,50	16,76	17,05	15,65

Fuente: EUROSTAT.

12.1.1. Contexto sectorial

La superficie agraria útil (SAU)[20] de Castilla-La Mancha (ICC 18) en el año 2024, según EUROSTAT, es de 4.429.430 hectáreas de las cuales el 56,4% corresponden a tierras arables, el 23,4% a cultivos permanentes y el 20,1% a pastos permanentes. Destaca el considerable incremento de los cultivos y pastos permanentes durante el periodo, con algunas fluctuaciones a lo largo de los años.

Tabla 43. Evolución de la superficie agraria útil por tipología (2013-2024)

Ámbito	Tierras arables	Cultivos permanentes	Pastos permanentes	Otras superficies	Total
2013	2.884.920	879.200	434.210	5.360	4.203.690
2014	2.894.490	887.680	418.500	5.860	4.206.530
2015	2.877.910	904.460	381.170	5.860	4.169.400
2016	2.859.920	928.410	370.190	5.270	4.163.790
2017	2.629.550	954.190	408.350	5.320	3.997.410
2018	2.612.480	967.660	446.620	5.090	4.031.850
2019	2.575.990	987.280	484.260	4.760	4.052.290
2020	2.561.020	1.005.530	386.670	4.520	3.957.740
2021	2.513.030	1.025.480	412.850	4.630	3.955.990
2022	2.522.420	1.038.640	502.610	4.350	4.068.020
2023	2.450.510	1.044.720	777.920	4.690	4.277.840
2024	2.498.450	1.035.500	890.840	4.640	4.429.430
% Variación	-13,4%	17,8%	105,2%	-13,4%	5,4%

NOTA: Las superficies SAU de EUROSTAT, Censo agrario y Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas no son coincidentes.

Fuente: EUROSTAT.

En cuanto a los cultivos y/o grupos de cultivos de la región destaca el incremento, desde el inicio del periodo, de las superficies destinadas a frutas (236,61%), olivar (3,97%) y hortalizas (8,11%), frente a una reducción en las superficies destinadas al cultivo de la patata (-45,11%), barbechos (-31,14%), cultivos industriales (-9,09%), cereal (-11,36%) y uva (-5,10%).

En cuanto al empleo de los recursos hídricos el 87,1%[21] de la superficie agraria corresponde a secano y el resto a regadío, por debajo de la media nacional (21,6%) pero, en términos absolutos, se trata de la segunda región con más superficie de regadíos (593.115 ha) tras Andalucía (994.220 ha).

[20] Censo Agrario 2020
[21] Fuente: MAPA. Encuesta de Superficies y rendimientos. 2024

Tabla 44. Evolución de la superficie útil agraria por principales cultivos (2013-2023)

	Cereal	Cultivos industriales	Hortalizas (incluyendo melones y fresas)	Barbechos	Frutas (excluyendo cítricos, uva y fresas)	Uva	Oliva	Patatas
2013	1.431.620	214.420	44.870	1.008.530	69.440	442.000	366.820	2.660
2014	1.414.970	210.530	45.570	1.006.330	73.910	442.930	369.840	2.390
2015	1.389.340	197.860	43.370	982.840	86.980	445.240	371.300	2.070
2016	1.410.870	210.180	48.920	955.850	112.600	442.100	372.670	2.260
2017	1.356.210	201.550	51.750	780.720	136.260	444.360	372.740	2.620
2018	1.322.710	200.140	54.810	808.240	153.380	443.330	370.020	2.230
2019	1.346.220	188.860	58.060	768.070	170.770	441.420	373.850	2.140
2020	1.353.950	183.220	55.240	781.860	186.320	437.540	380.380	1.980
2021	1.330.710	187.600	51.120	761.040	204.160	435.250	384.780	1.710
2022	1.318.420	213.160	48.030	729.090	219.460	431.000	387.230	1.420
2023	1.271.520	183.930	46.630	670.210	228.610	423.600	391.220	1.430
2024	1.269.000	194.930	48.510	694.450	233.740	419.460	381.370	1.460
% Var.	-11,36%	-9,09%	8,11%	-31,14%	236,61%	-5,10%	3,97%	**-45,11%**

Fuente: EUROSTAT.

La Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos de España (ESYRCE) permite analizar la evolución y destacar la relevancia de ciertos cultivos, con un mayor nivel de detalle que las fuentes estadísticas europeas, a fecha de 2024, así como identificar las estimaciones de superficie de algunos cultivos de relevancia para esta evaluación. Entre los cultivos que han experimentado un mayor crecimiento destacan el ajo y el melón, con incrementos del 49,38% y el 42,14%, respectivamente. También presenta notable aumento la superficie dedicada a la aceituna de almazara (+12,79%) En cambio, la superficie de cebolla registra una ligera disminución del 1,45%, así como la de la uva de transformación (-6,18%).

En cuanto a la importancia de Castilla-La Mancha en el contexto nacional, destacan cultivos como el ajo, que en 2024 concentra el 79,37% de la superficie cultivada en España, y el melón, con el 38,40% que han acrecentado su dominio a nivel nacional respecto a 2013. La aceituna de almazara también alcanza un peso relevante, con el 18,45% de la superficie nacional, una importante presencia en Ciudad Real, Toledo y Albacete y una producción en la última campaña 2023-2024 de 108.926,8[22] toneladas.

Sin embargo, este peso no siempre ha evolucionado de forma positiva: la uva de transformación, aunque mantiene una elevada participación (47,15% del total nacional) como la mayor región vitivinícola del mundo, ha reducido su dominio respecto a 2013 (-6,18%), y la cebolla, con un 46,38% de la superficie nacional, también ha experimentado un leve declive en su representatividad.

[22] Informe de campaña de la situación del mercado del sector del aceite de oliva. MAPA. Campaña 2023/2024.

Tabla 45. Evolución de la superficie útil agraria por principales cultivos agrícolas englobados en figuras de calidad diferenciada (2013-2024)

Cultivos	2013		2024		% Variación Superficie 2013-2024
	Superficie (ha)	% Superficie nacional	Superficie (ha)	% Superficie nacional	
Arroz	-	-	158	0,19	-
Aceituna de almazara	407.334	16,73	459.449	18,45	12,79
Condimentos (Azafrán, pimentón, anís)	-	-	398	8,00	-
Ajo	14.874	56,82	22.219	79,37	49,38
Berenjena	11	1,85	-	-	-
Cebolla	9.914	58,02	9.770	46,38	-1,45
Melón	5.997	25,44	8.524	38,40	42,14
Uva de transformación	463.639	48,72	434.991	47,75	-6,18

Fuente: elaboración propia a partir de encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (MAPA). Anualidad 2024

El número total de explotaciones[23] en 2023 era de 99.284 (ICC 17), con una media de superficie agrícola utilizada por explotación en torno a las 47,92 ha. Se constata que en el periodo 2009-2020 el número de explotaciones mantiene una tendencia decreciente en la región, mientras que su tamaño medio sigue aumentando en este mismo periodo.

Tabla 46. Indicadores generales del sector primario

	Censo Agrario 2009	EEA 2013	EEA 2016	Censo Agrario 2020	EEA 2023
Superficie Agraria Útil (ha)	4.091.443	4.045.815	4.037.368	4.244.352	4.757.898
Número de explotaciones	120.575	118.070	117.180	112.890	99.284
N.º jefes explotación jóvenes	15.156	8.651	10.494	13.511*	11.765

Fuente: Censo Agrario y Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas. *Nota: existe un cambio de metodología en el censo 2020 para contabilizar las explotaciones en función de la edad, ya que se considera la edad del titular de todas las explotaciones, personas físicas y jurídicas y en años anteriores solo se calculaba para las personas físicas. Los datos, por tanto, no son comparables entre años

En 2020 se modificó la metodología para contabilizar los titulares de explotaciones en cada grupo de edad, respecto a versiones anteriores del censo. Anteriormente, solo se tenía en cuenta la edad de las personas físicas y se excluían las personas jurídicas. En el censo 2020, se asigna edad a cada titular de explotación, incluidas las entidades jurídicas, por lo que los datos no son comparables en caso de aumento, ya que podría atribuirse a la inclusión de personas físicas. En el caso de una disminución, refleja la tendencia, aunque no se puede estimar con precisión la magnitud del descenso, al estar incluidas las entidades jurídicas.

En lo que respecta a la edad de los jefes de explotación, disponibilidad de la información estadística, en lo relativo a su disgregación, se ha considerado como “jóvenes” a los jefes de explotación de hasta 44 años.

Entre 2013 y 2023, se ha registrado una disminución en el total de titulares de explotaciones agrarias en Castilla-La Mancha, que ha pasado de 113.906 a 99.300 (-12,8%). Se destaca el incremento de los titulares menores de 25 años (+553,9%) y de aquellos de 25 a 34 años (+62,4%), aunque en términos absolutos, estos grupos siguen siendo reducidos. Por otro lado,

[23] Censo Agrario 2020.

se observa una disminución en los grupos de 35 a 44 años (-6,8%), de 45 a 54 años (-19,2%), de 55 a 64 años (-4,5%) y, especialmente, en los mayores de 65 años (-15,6%), que, aunque siguen constituyéndose como el rango de edad más numeroso, su peso relativo respecto al total ha disminuido del 46,6% en 2013 al 45,20% en 2023.

Tabla 47. Titulares personas físicas de las explotaciones de Castilla-La Mancha, según sexo y edad.

		2009	2013	2016	2020*	2023
Todas las edades	Ambos sexos	116.305	113.906	112.300	112.886	99.300
	Hombres	82.360	79.138	77.446	81.139	69.766
	Mujeres	33.945	34.767	34.854	31.747	29.534
Menos de 25 años	Ambos sexos	373	89	160	498	582
	Hombres	281	6	47	401	487
	Mujeres	92	83	113	97	95
De 25 a 34 años	Ambos sexos	4.249	2.047	2.341	3.424	3.245
	Hombres	3.230	1.760	1.970	2.796	2.614
	Mujeres	1.019	287	372	628	631
De 35 a 44 años	Ambos sexos	14.053	8.148	8.214	9.589	7.938
	Hombres	9.670	6.095	6.876	7.228	5.896
	Mujeres	4.383	2052	1338	2.361	2.041
De 45 a 54 años	Ambos sexos	24.467	23.062	22.539	20.257	17.056
	Hombres	16.644	14.875	14.380	14.448	11.912
	Mujeres	7.823	8.187	8.159	5.809	5.144
De 55 a 64 años	Ambos sexos	29.557	27.450	28.278	28.995	26.212
	Hombres	20.887	17.492	18.285	20.123	17.692
	Mujeres	8.670	9.958	9.993	8.872	8.520
De 65 y más	Ambos sexos	43.606	53.109	50.768	50.123	44.267
	Hombres	31.648	38.910	35.888	36.143	31.165
	Mujeres	11.958	14.199	14.880	13.980	13.103

Fuente: INE. Censo agrario y Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas. *Nota: existe un cambio de metodología en el censo 2020 para contabilizar las explotaciones en función de la edad, ya que se considera la edad del titular de todas las explotaciones, personas físicas y jurídicas y en años anteriores solo se calculaba para las personas físicas. Los datos, por tanto, no son comparables entre años

- *Ámbito ganadero*

En cuanto a las explotaciones ganaderas (ICC21) el número de Unidades de Ganado Mayor (UGM) en Castilla-La Mancha en 2020 era de 1.599.000, frente a las 1.167.150 de 2013, lo que representa un incremento del 37%.

Tabla 48. Explotaciones y cabezas de ganado (por tipo)

Ganado	2009		2013		2016		2020		2023	
	N.º Explot.	Cabezas	N.º Explot.	Cabezas	N.º Explot.	Cabezas	N.º Explot.	Cabezas	N.º Explot.	Cabezas
Bovinos	9	355.471	2.286	342.819	2.257	352.509	2.564	488.994	2.405	478.592
Ovinos	5.434	2.580.226	5.347	2.595.868	4.905	2.574.281	4.540	2.444.336	3.805	2.066.858
Caprinos	2.976	376.156	2.651	359.562	2.490	385.548	2.259	392.402	1.745	314.585
Porcinos	1.199	1.403.733	942	1.346.642	770	1.260.016	1.032	2.784.806	910	1.732.782
Equinos	1.940	11.307	2.205	11.874	2.761	12.780	1.173	6.028	1.258	5.965
Aves	1.975	25.423.000	1.673	25.470.000	1.828	23.715.000	560	26.791.741	538	31.106.903
Avestruces	-	-	6	965	4	739	-	-	-	-
Conejas	312	74.046	194	68.004	135	69.720	76	54.007	72	60.475
Colmenas	390	58.253	370	62.834	766	57.928	579	82.062	573	91.438
TOTAL	14.235	30.282.192	15.674	30.258.568	15.916	28.428.521	12.783	33.044.376	11.306	35.857.598

Fuente: INE. Censo Agrario 2009, Censo Agrario 2020 y Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas 2013, 2016 y 2023.

En el periodo 2013-2023 se produjo un descenso del 27,88% en el número de explotaciones, pasando de 15.674 (2013) a 11.306 (2023). De forma contraria, el número de cabezas de ganado aumentó en un 17,57% durante el mismo periodo, lo que conlleva un aumento del tamaño medio de las explotaciones en cuanto al número de cabezas y una tendencia hacia la intensificación de la ganadería en Castilla-La Mancha.

Existe un predominio ovino en cuanto a las explotaciones ganaderas, que muestra una clara tendencia hacia la reducción del número de explotaciones (de 5.434 en 2009 a 3.805 en 2023) y un incremento en el número de cabezas por explotación, aunque con una disminución en el número total regional respecto a 2013 (de 2.595.868 a 2.066.858).

El sector apícola en 2013 Castilla-La Mancha contaba con 153.111 colmenas dedicadas a la miel y alcanzó las 212.051 en 2024, lo que representa un incremento del 38,49% respecto al inicio del periodo del PDR. El peso de la región sobre el total nacional ha ido aumentando, de igual modo, a lo largo del periodo, del 6,26% en 2013 a un 7,51% en 2024, lo que evidencia un crecimiento sostenido y una mayor representatividad o cuota en cuanto al número de colmenas a nivel nacional.

En cuanto a la producción de miel el aumento durante el periodo ha sido muy significativo (113,01%), con el paso de las 1.701,9 toneladas en 2013 a 3.625,3 toneladas en 2024. La cuota nacional de la participación en términos de toneladas de miel producidas se ha duplicado y Castilla-La Mancha ha pasado de producir el 5,56% de la miel nacional en 2013 al 10,93% en 2024. Este crecimiento superior al del número de colmenas podría reflejar una mejora en la productividad de las colmenas y/o condiciones climáticas favorables y las cifras evidencian que Castilla-La Mancha ha reforzado su posición en el sector apícola nacional de forma continua, en materia de número de colmenas y producción, como un sector cada vez más eficiente y competitivo a nivel nacional.

Tabla 49. Datos de explotación del mercado apícola en Castilla-La Mancha

Provincia	2013		2019		2024		Variación (2013-2024)	
	N.º Colmenas	Producción (t)	N.º Colmenas	Producción (t)	N.º Colmenas	Producción (t)	N.º Colmenas	Producción (t)
Albacete	35.607	426,0	46.780	838,1	49.793	296,1	39,84%	-30,49%
Ciudad Real	29.080	385,5	37.712	363,2	42.717	738,9	46,89%	91,67%
Cuenca	34.866	355,3	45.053	567,9	41.008	617,0	17,62%	73,66%
Guadalajara	32.962	329,6	41.870	358,5	43.569	1.324,5	32,18%	301,85%
Toledo	20.596	205,4	26.058	249,9	34.964	648,7	69,76%	215,82%
CLM	153.111	1.701,9	197.473	2.377,5	212.051	3.625,3	38,49%	113,01%
% nacional	6.26%	5,56%	6,57%	7,12%	7,51%	10,93%	-	-

Fuente: operación Estadística de Lana Miel y Otras Producciones Ganaderas (MAPA). Anualidades 2013, 2019 y 2024.

La cabaña de bovino y porcino en la región ha experimentado una evolución positiva desde el inicio del periodo, aunque con variaciones, con incrementos del 32% y 37% respectivamente.

Tabla 50. Evolución de la cabaña ganadera en Castilla-La Mancha

Año	Bovino	Ovino	Caprino	Porcino
2013	354.473	2.555.745	413.304	1.370.952
2014	383.266	2.298.812	427.196	1.289.748
2015	397.793	2.466.984	470.412	1.559.676
2016	425.928	2.296.476	614.879	1.670.008
2017	460.348	2.300.800	594.147	1.624.016
2018	470.155	2.382.412	435.487	1.733.426
2019	479.809	2.340.347	410.162	1.583.059
2020	480.223	2.410.337	387.217	1.727.300
2021	466.718	2.315.664	368.600	1.874.657
2022	468.123	2.323.047	360.351	1.817.851
2023	482.090	2.211.215	320.253	1.838.859

Fuente: elaboración propia a partir del Anuario de Estadística del MAPA.

En el caso del ovino y del caprino, el número de cabezas mantiene la tendencia descendente durante el periodo de programación, con descensos del 4,50% y 11,93% respectivamente durante el periodo 2021-2023.

En todas las anualidades, en cuanto a la distribución provincial, en bovino y porcino destaca la provincia de Toledo con más del 60% del total del número de animales a nivel regional. En ovino es Ciudad Real la provincia que cuenta con el mayor porcentaje, superior al 36%; en caprino, más del 35% de su cabaña se localiza en Toledo y el 33% en Ciudad Real.

Los datos de la encuesta de explotaciones ganaderas de 2023 muestran un aumento de la cabaña ganadera en bovino, con 482.090 cabezas y un descenso en ovino (2.211.215) y porcino (1.838.859) respecto a 2022. En caprino continúa la reducción experimentada en los últimos años, con 320.253 cabezas.

Sector de la Industria agroalimentaria

El número de industrias agroalimentarias en 2013, año de referencia para el diseño del Programa era de 2.396. En 2024, la cifra era de 2.083 empresas, lo que representa un descenso respecto al inicio del periodo con las siguientes actividades principales, entre las que destacan en porcentaje aquellas dedicadas a la fabricación de productos de panadería y

pastas alimenticias, la fabricación de mostos, vinos y derivados vínicos, a la fabricación de carnes y derivados y al procesado de frutas y hortalizas. Cabe destacar el incremento en el número empresas destinadas al procesado y conservado de frutas y hortalizas.

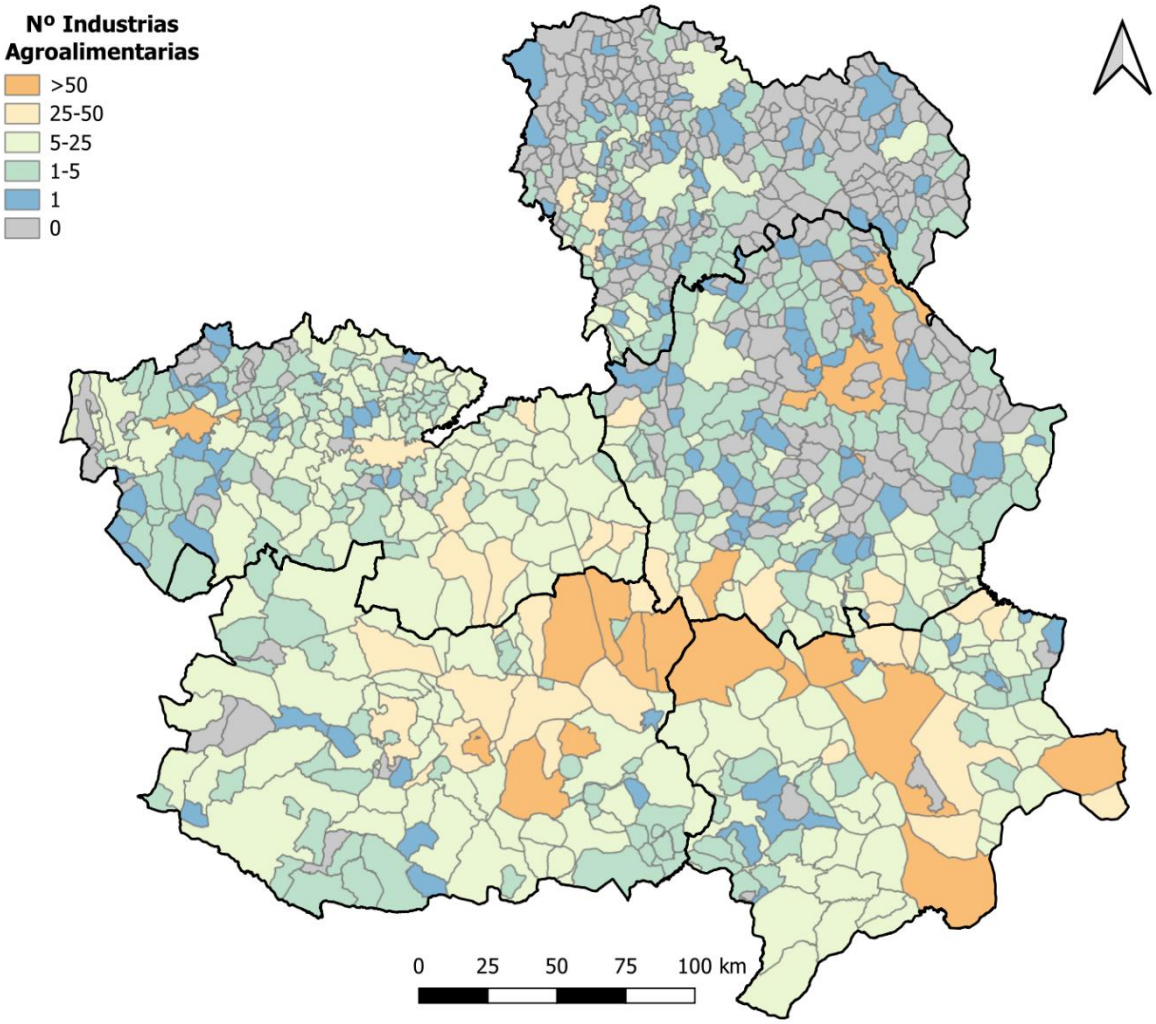
La estructura de las empresas refleja el dominio de las pequeñas y medianas empresas (pymes) y microempresas, si bien existen grandes empresas agroalimentarias en la región, en términos de número de empleados y cifras de producción.

Tabla 51. Número de empresas de la industria agroalimentaria. Castilla-La Mancha

	Carne y productos cárnicos	Pescados, crustáceos y moluscos	Frutas y hortalizas	Aceites y grasas vegetales y animales	Productos lácteos	Productos de molinería	Panadería y pastas alimenticias	Otros productos alimenticios	Alimentación animal	Bebidas
2013	269	12	62	184	159	50	928	149	96	487
2014	269	10	65	180	155	46	883	144	95	500
2015	272	10	64	183	151	45	881	149	96	504
2016	265	9	71	181	153	42	878	144	92	498
2017	246	10	78	184	153	42	883	148	94	497
2018	259	9	95	193	165	41	914	164	94	505
2019	246	9	95	195	152	38	936	159	92	482
2020	236	9	104	184	145	37	918	169	89	464
2021	228	9	103	190	142	34	899	159	90	442
2022	220	8	104	187	145	36	882	163	87	454
2023	200	8	88	184	150	32	813	152	84	406
2024	187	9	92	183	137	31	796	159	81	408
% Var. 2013-2024	**-30,48**	**-25,00**	**48,39**	**-0,54**	**-13,84**	**-38,00**	**-14,22**	**6,71**	**-15,63**	**-16,22**

Fuente: elaboración propia a partir de INE - Directorio Central de Empresas

Ilustración 11. N.º de establecimientos agroalimentarios en Castilla-La Mancha



Fuente: elaboración propia a partir de Registro de Industrias Agroalimentarias de Castilla-La Mancha (RIA). Última modificación 2025-05-14

El mayor volumen de negocio agroalimentario regional recae sobre la industria cárnica (29,26%), los productos lácteos (17,76%) y el vino (13,83%). No obstante, hay una variedad de sectores que aun teniendo cifras menores contribuyen de una forma importante a la económica regional. A nivel nacional destaca que Castilla-La Mancha contribuye con el 19,77% de la cifra de negocio nacional del sector del vino.

Tabla 52. Datos de la estructura económica de la industria alimentaria. Castilla-La Mancha

2022	CLM		España		% CLM/España	
SUBSECTORES (millones euros)	Cifra de negocio	Valor añadido al coste de los factores	Cifra de negocio	Valor añadido al coste de los factores	Cifra de negocio	Valor añadido al coste de los factores
Industria cárnica	3.300	445	37.201	5.152	8,9	8,6
Industria del pescado	26	5	7.585	1.050	0,3	0,5
Prep./Conserva frutas y hortalizas	503	73	12.939	2.096	3,9	3,5
Aceites y grasas	839	70	15.905	1.242	5,3	5,7
Productos lácteos	2.003	195	12.562	1.654	15,9	11,8
Molinería y almidones	198	19	5.820	705	3,4	2,7
Panadería y pastas alimenticias	625	166	11.111	3.149	5,6	5,3
Azúcar	S	S	660	125	S	S
Cacao, chocolate y confitería	350	64	4.245	891	8,2	7,2
Café, té e infusiones	10	3	2.959	597	0,3	0,6
Especias, salsas y condimentos	24	5	1.665	335	1,5	1,6
Platos y comidas preparados	70	15	2.956	467	2,4	3,1
Preparados alimenticios homogeneizados	33	8	1.103	274	3,0	3,0
Otros productos alimenticios	76	20	3.907	786	2,0	2,5
Productos alimentación animal	618	45	20.535	1.395	3,0	3,2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	241	56	1.623	343	14,8	16,3
Vinos	1.560	235	7.918	2.044	19,7	11,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	S	S	147	44	S	S
Cerveza y malta	148	78	4.368	1.279	3,4	6,1
Bebidas no alcohólicas	650	135	6.735	1.170	9,7	11,6
Total Industria Alimentaria	**11.278**	**1.638**	**161.943**	**24.798**	**7,0**	**6,6**
Total Industria	**40.635**	**8.121**	**916.189**	**185.875**	**4,4**	**4,4**

Fuente: Informe de indicadores por Comunidad Autónoma. Análisis y prospectiva. Serie indicadores por comunidades. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/serie-indicadores/ayp_serie_territorial Nota: S = No publicable por secreto estadístico

Sector forestal

Castilla-La Mancha cuenta con un 45% de su superficie regional clasificada como forestal, el 13% de la superficie nacional, de las cuales 77% son arboladas y están ocupadas por masas de coníferas y frondosas (80%) y masas mixtas (20%) (JCCLM).

Los aprovechamientos forestales se definen en el artículo 6 de la Ley 43/2003, de 21 de noviembre, de Montes y su papel productivo, se desarrollará en detalle en el apartado 3.1.3 Contexto ambiental.

Cabe destacar, a nivel sectorial, el descenso en el número de empresas orientadas a los aprovechamientos madereros, un -25,61% desde el inicio del periodo, con una cierta estabilidad en los aprovechamientos papeleros.

Tabla 53. Datos de la estructura económica de la industria forestal. Castilla-La Mancha

Sector	Aserrado y cepillado de la madera	Fabricación de productos de madera, corcho, cestería y espartería	Fabricación de pasta papelera, papel y cartón	TOTAL
2013	61	716	13	777
2014	55	678	12	733
2015	54	644	14	698
2016	57	617	14	674
2017	52	620	11	672
2018	60	633	13	693
2019	52	624	12	676
2020	53	610	15	663
2021	54	577	15	610
2022	56	567	14	623
2023	52	548	14	600
2024	46	532	14	578
% Var. 2013-2024	-24,59%	-25,70%	7,69%	-25,61%

Fuente: elaboración propia a partir de INE - Directorio Central de Empresas

13. Anexo II: cuestionarios de las encuestas realizadas

13.1. Submedida 3.1

Sexo del beneficiario

Seleccione una de las siguientes opciones

Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Hombre
- Mujer
- No binario
- Prefiero no decirlo

Por favor, ¿nos puede indicar qué tipo de producciones tiene en su explotación que estén acogidas a una figura de calidad? *

Marque las opciones que correspondan

- Producción ecológica
- Miel
- Azafrán
- Uva-Vino
- Aceitunas-Aceite
- Leche-Queso
- Ajo
- Cebolla
- Berenjena
- Melón
- Carne y derivados

Mazapán

Pan

Frutos secos

Leguminosas

Producción integrada

No sabe / No contesta

Otro:

Año en el que se incorporó en la actividad agraria

Año desde el que realiza producción de calidad diferenciada

Superficie (ha) de su explotación

Número de animales/colmenas de su explotación

¿Su explotación se encuentra en Red Natura?

Sí

No

¿Su explotación se encuentra en Zona de Montaña?

Sí

No

¿En qué provincia se ubica su empresa/explotación?

Albacete

Ciudad Real

Cuenca

Guadalajara

Toledo

¿Qué proporción aproximada suponen los ingresos de la agricultura en el total de su renta?

Una parte muy pequeña (<20%)

Menos de la mitad (20-45%)

Alrededor de la mitad (45-55%)

Más de la mitad (55-70%)

La mayor parte, pero la complemento con otros ingresos (70-95%)

Todos mis ingresos (100%)

¿Qué proporción aproximada suponen los ingresos de la agricultura en el total de la renta de su unidad familiar?

Una parte muy pequeña (<20%)

Menos de la mitad (20-45%)

Alrededor de la mitad (45-55%)

Más de la mitad (55-70%)

La mayor parte, pero la complemento con otros ingresos familiares (70-95%)

El total de ingresos familiares es de la agricultura (100%)

Señale, por favor, el régimen de calidad con el que se ha beneficiado de la ayuda

- DOP
- IGP
- Producción ecológica
- Pago vitícola
- Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)
- Marca de calidad
- Ns/Nc
- Otro:

¿Desarrolla usted otras actividades complementarias, además de la actividad principal agraria (ej.: producción de productos, agroturismo, venta directa, actividades forestales, otros sectores, transformación del producto, etc.).

- Sí
- No

Indique, por favor, qué otras actividades complementarias desarrolla además de la actividad principal agraria

- Producción de productos especiales locales
- Agroturismo
- Venta directa en la explotación
- Venta directa en el mercado o a asociaciones de consumidores
- Actividades forestales
- Trabajo en otros sectores
- Transformación de mi producto en otro producto elaborado (mermeladas, vino, queso, envasado de miel, harina, etc.)
- Otro:

Señale los motivos por los que decidió participar en un régimen de calidad *

- Mejor precio de venta
- Mayor reconocimiento del producto
- Acceso a mercados específicos
- Requisito para acceder a otras ayudas
- Recomendación técnica. Recibí formación y me motivó
- Vi este tipo de prácticas en la zona y me gustaron
- Apoyo en la comercialización en mi zona
- Existe una entidad de referencia en la zona que me animó
- Por motivos de salud
- Por conciencia ambiental
- La necesidad de producir alimentos de una mejor calidad
- Las necesidades de mis clientes, ellos me pedían el cambio
- La posibilidad de diversificación en mi explotación
- Otro:

Indique, por favor, si ha solicitado y/o ha recibido alguna de estas otras ayudas

	La he solicitado pero no la he recibido	La he solicitado y la he recibido	No la he solicitado
Agricultura ecológica (medida 11)			
Indemnizaciones en zonas de montaña (submedida 13.1)			
Indemnizaciones en zonas con limitaciones naturales significativas (submedida 13.2)			
Asesoramiento (submedida 2.1)			
Inversiones en explotaciones agrícolas y ganaderas (submedida 4.1)			
Instalación de jóvenes (submedida 6.1)			
Inversiones en industrias y cooperativas agroalimentarias (submedida 4.2.)			
Ayuda a la creación de empresas para los jóvenes agricultores (submedida 6.1)			
Forestación de tierras agrarias (medida 121 o submedida 8.1)			
Apicultura para la mejora de la biodiversidad (medida 10)			
Conservación de razas autóctonas en peligro de extinción (medida 10)			
Fomento del pastoreo en sistemas de producción ganadera extensiva (medida 10)			
Ayudas en el ámbito del enfoque LEADER			

	La he solicitado pero no la he recibido	La he solicitado y la he recibido	No la he solicitado
Otras			

Al recibir la ayuda, Regímenes de calidad de productos agrícolas y alimenticios (submedida 3.1), ¿ha necesitado formación y/o información al respecto?

Sí

No

Por favor, indique su nivel de formación obtenida antes de recibir la ayuda

Sin estudios

Formación en agricultura básica (agrícola, ganadera o forestal)

Formación en agricultura especializada (agrícola, ganadera o forestal)

Primaria

Secundaria 1ª etapa

Secundaria 2ª etapa

F.P Grado medio

F.P Grado superior

Estudios universitarios

Máster/Postgrado/Doctorado

Ns/Nc

Otro:

¿Sigue perteneciendo al régimen de calidad en la actualidad?

Sí, en todos en los que me he incorporado

Sí, pero he abandonado alguno

No, ya he abandonado / finalizado todos

Por favor, ¿podría indicarnos los motivos del abandono?

¿Habría participado en el régimen de calidad sin la ayuda?

Sí

No

¿Por qué hubiera participado en el régimen de calidad sin la ayuda? Detalle al máximo los motivos

¿Por qué no hubiera participado en el régimen de calidad sin la ayuda? Detalle al máximo los motivos

¿Tiene previsto continuar o retomar su participación en regímenes de calidad en el futuro?

Sí

No

Dependerá de futuras ayudas

¿Por qué no tiene previsto continuar con el régimen de calidad?

Indique qué cambios ha tenido que incorporar para producir con calidad diferenciada respecto a lo que hacía anteriormente

	Sí	Parcialmente o En Proceso	No
He disminuido la aplicación de abonos			
He reducido el regadío			
Me he unido a un grupo de productores			
Me he unido a un grupo o cooperativa para comercializar los productos			
He comenzado a tener contacto directo con los consumidores			
He diversificado la producción, ahora produzco más productos			
He controlado la cantidad de producción			
Me he unido a algún programa de control (calidad, plagas y enfermedades, etc.)			
He mejorado la aplicación de abonos			
He disminuido la aplicación de productos para las plagas y enfermedades o utilizo otros menos tóxicos			
He incluido la gestión de cubiertas vegetales			
Ahora utilizo fauna auxiliar para combatir las plagas (insectos auxiliares, etc.)			
He incluido nuevos setos, plantas en las lindes, árboles, etc.			
He empezado a utilizar variedades locales			
He bajado la carga ganadera de los pastos. He extensificado.			
He incluido razas autóctonas en peligro de extinción en mi explotación			

Señale, por favor, cuáles son las principales dificultades que ha encontrado al producir con calidad diferenciada

- El conocimiento de las prácticas que hay que aplicar
- La comercialización de los productos
- El manejo de los problemas nuevos de la explotación que van surgiendo
- Encontrar apoyo técnico
- La falta de entendimiento de estas nuevas prácticas por los vecinos
- Valoración de los productos
- Otro:

Valore, desde su percepción, el efecto que ha obtenido al producir con calidad diferenciada, en los siguientes aspectos

	Efecto muy negativo	Negativo	Ningún efecto	Positivo	Efecto muy positivo
Precio de venta. Ingresos					
Costes para producir (fertilizantes, energía, combustible, materias primas…)					
Cantidad de producción					
Acceso a nuevos mercados:					
Reconocimiento del producto:					
Capacidad de comercializar mi producto en el mercado.					
Integración en empresas de la zona (cooperativa, etc.), para comercialización y promoción, etc.					
Promoción del producto					
Impacto en la biodiversidad: Animales y plantas silvestres que viven en mi explotación, setos, árboles, paisaje que produce mi explotación					
Impacto en el suelo					
Impacto en el agua					
Salud familiar y de los trabajadores					
Control de calidad y trazabilidad:					
Capacidad de diferenciación del producto					
Relación con distribuidores o clientes					
Empleo en la propia explotación					
Calidad en las condiciones de trabajo					

Indique qué otros efectos cree que tiene producir bajo un régimen de calidad diferenciada

Por favor, indique su opinión sobre las siguientes afirmaciones relacionadas con el efecto de la calidad diferenciada sobre los consumidores

	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
Mantiene a los consumidores que confían en el producto					
Atrae a consumidores nuevos					
Se valora más el producto					
Se difunden los valores locales					
Incrementa el volumen de compra de los consumidores que ya conocían el producto					
Se elige el producto frente a uno que no tiene calidad diferenciada					
Mejora el conocimiento sobre las características de los productos					
Ayuda a que conozcan los métodos de producción del producto					
Da a conocer el respeto por el medio ambiente vinculado al producto					

Indique otros efectos que cree que tiene la calidad diferenciada sobre los consumidores

Indique el grado de intensidad respecto a la comercialización de su producción en los diferentes escenarios

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Comercialización directa en persona/tienda					
Por internet					
Cooperativa y/o asociaciones de productores					
Intermediarios o distribuidores: Empresas comercializadoras, almacenes, mayoristas, mataderos, etc.					
Industria transformadora: almazara, bodega, empresas cárnicas, queserías, congeladoras, fábricas de pienso, envasadoras, etc.					
Otros agricultores o ganaderos					
Exportadores					
Grupos de consumidores					

Indique en qué grado cree que se consumen los productos de su explotación que se acogen a calidad diferenciada en los diferentes mercados

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Local					
Comarcal					
Provincial					
Regional					
Nacional					
Unión Europea					
Resto del mundo					

Indique su grado de desacuerdo o acuerdo sobre las siguientes afirmaciones

	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
El cambio a la producción de calidad diferenciada ha permitido aumentar la renta que me proporciona la explotación y con ello mi nivel de vida					
La revalorización de la producción ha permitido que mi trabajo pueda considerarse en igualdad de condiciones al que hay en otros sectores diferentes					
La producción de calidad ha contribuido a movilizar otros negocios de mi localidad (se han generado otras actividades comerciales, han surgido entidades locales para comercialización o para consumo, se han creado actividades asociadas…)					
La participación en regímenes de calidad ha permitido generar empleo en mi localidad					
La diferenciación de mi producción ha contribuido a fijar población en la zona, evitado que alguna persona se marche					
Los nuevos sistemas de producción agraria han permitido					

	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
contribuir al medioambiente del entorno					
Mi formación ha contribuido a que otros agricultores y ganaderos apliquen las prácticas que yo aplico					

Indique qué grado de influencia o repercusión han tenido las siguientes acciones o situaciones en el cambio hacia la producción con calidad diferenciada

	Ninguna	Poca	Alguna	Bastante	Mucha
Modernización de la explotación					
Incorporación de energías renovables					
Incorporación de sistemas más eficientes para regadío					
Uso de maquinaria más eficiente					
Disminución del uso de fertilizantes y plaguicidas					
Impulso de actividades en la localidad que generen actividad económica (ferias, mercados de productores, empresas en torno a la transformación, comercialización, pequeños comercios, etc.)					
Impulso de actividades en la localidad que generen actividad social (asociaciones y agrupaciones, etc.)					
Impulso de actividades formativas o de intercambio de experiencias entre productores					

	Ninguna	Poca	Alguna	Bastante	Mucha
Mejora de la cooperación entre productores e industria					
Impulso a las actividades de innovación					
Otras actividades para el desarrollo local					
Impulso de la utilización de tecnologías de la información y la comunicación (páginas web, comercio electrónico…)					

¿Qué barreras/dificultades encontró a la hora de solicitar la ayuda en lo relativo a requisitos administrativos y técnicos de la ayuda, plazos, requisitos para que me concedan la ayuda, documentación a presentar, etc.?

Por favor, señale todos aquellos retos que considera usted deben afrontarse para el futuro en el régimen de calidad diferenciada

Su opinión cuenta, ¿quiere añadir algo más?

13.2. Submedida 3.2

¿En qué provincia se ubica su entidad? *

Por favor, marque las opciones que correspondan:

- Albacete
- Ciudad Real
- Cuenca
- Guadalajara
- Toledo

Señale el sector o sectores en los que desarrolla su actividad *

Por favor, marque las opciones que correspondan:

- Vino
- Aceite
- Queso
- Ajo
- Cebolla
- Berenjena
- Miel
- Azafrán

Melón

Carne y derivados

Mazapán

Pan

Frutos secos

Leguminosas

Producción ecológica

Producción integrada

Otro:

¿Qué peso considera que tiene en la comercialización de los productos de calidad diferenciada cada una de las siguientes entidades?

	Nada de peso	Poco	Algo	Bastante	Mucho peso
Productores primarios de manera individual (agricultores, ganaderos)					
Agrupaciones de productores primarios					
Industria agroalimentaria					
Distribuidoras					

Indique, por favor, cómo percibe el nivel de conocimiento del producto de calidad que acoge en los diferentes mercados

	Nada de conocimiento	Poco	Algo	Bastante	Mucho conocimiento
Local					
Comarcal					
Provincial					
Comunidad autónoma					
Nacional					
Unión Europea					
Resto del mundo					

¿Cuál es su percepción sobre el nivel de ventas del producto en los distintos mercados? Valore desde el 1 (muy bajo) a 5 (muy alto)?

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Local					
Comarcal					
Provincial					
Comunidad autónoma					
Nacional					
Unión Europea					
Resto del mundo					

Resultados de las actividades de información y promoción (submedida 3.2)

Indique, por favor, en qué grado de intensidad ha utilizado los diferentes medios de promoción y publicidad

	Nada, no los he utilizado	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Prensa escrita, revistas, guías, etc.					
Radio					
Televisión					
Páginas web					
Redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, etc.)					
Material publicitario (folletos, trípticos, carteles, catálogos, etc.)					
Material técnico (libros, publicaciones, etc.)					
Planes, estudios, ensayos, etc.					

	Nada, no los he utilizado	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Contacto directo con el consumidor (stands, degustaciones, catas, puntos de venta, etc.)					
Foros, intercambios, exposiciones, exhibiciones, ferias, concursos, jornadas, seminarios, etc.					
Publicidad a domicilio (buzoneo)					

Marque todas las que correspondan

Indique, por favor, en cuántas ferias o eventos de información y promoción ha participado con la ayuda

	No he asistido a ninguna	De 1 a 5	De 6 a 10	Más de 10
De ámbito local				
De ámbito comarcal				
De ámbito provincial				
De ámbito autonómico				
De ámbito nacional				
De ámbito UE				
Fuera de la UE				

¿Cuál es su percepción sobre el impacto y los resultados de las actuaciones realizadas de promoción y difusión en los CONSUMIDORES?

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Mayor conocimiento del producto					
Mejora de imagen					

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Aumento de interés o nivel de ventas en nuevos consumidores					
Incremento del nivel de ventas en consumidores que ya conocían el producto					
Mayor conocimiento sobre los métodos de producción del producto					
Mayor conocimiento sobre el respeto por el medio ambiente vinculado al producto					
Mejora de la calidad de vida o salud de los consumidores					

¿Cuál es su percepción sobre los resultados de las actuaciones realizadas de promoción y difusión en cuanto a los PRODUCTORES?

	-1. Ha tenido una incidencia negativa	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Mejoran la renta de los productores primarios						
Impulsan una mayor agrupación de productores primarios bajo calidad diferenciada						
Impulsan que haya más elaboradores de esta producción de calidad diferenciada						
Incrementan el valor añadido de los productos regionales						
Impulsan que se puedan comercializar producciones en mercados nuevos						

	-1. Ha tenido una incidencia negativa	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Permiten una mejora organizativa o de profesionalización						
Permiten producir o comercializar nuevos productos						
Aumentan la calidad de la producción						
Mejoran el respeto al medio ambiente en las explotaciones y la industria						
Incrementan el número de empresas en la zona						
Incrementan el empleo en la zona						
Mejoran la renta de la población local						
Disminuyen el despoblamiento de los municipios de la zona						
Impulsan a que se unan más productores primarios a las figuras de producción de calidad diferenciada						

¿Cuál es su percepción sobre los resultados de dichas actuaciones en cuanto a los siguientes logros?

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Aumento de cuota de mercado					
Consecución de nuevos canales de comercialización					
Innovación en la marca de calidad					

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Ampliación de la gama de productos					
Modernización de las explotaciones					
Mejora de los procesos productivos en las agroindustrias					
Impulso de los procesos productivos respetuosos con el medioambiente					

Según su experiencia, valore los resultados obtenidos en función de los canales utilizados

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Prensa , revistas, guías					
Radio					
Televisión					
Redes sociales					
Web propia					
Cartelería física, folletos, etc.					
Planes, estudios, ensayos, etc.					
Ferias, exposiciones, intercambios, foros, concursos, etc.					
Distribución de publicidad a domicilio (buzoneo)					
Otros					

¿Dónde considera que las acciones de promoción que ha realizado han tenido más impacto y repercusión?

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Local					
Comarcal					
Regional					
Nacional					
Unión Europea					
Resto del mundo					

¿Qué barreras/dificultades encontró a la hora de solicitar la ayuda en cuanto a requisitos administrativos y técnicos de la ayuda, plazos, exigencias, modalidad de pago, criterios de selección, etc.?

Señale, por favor, todas las barreras que ha encontrado para realizar la actividad de promoción con la ayuda

Falta de recursos económicos

Poca visibilidad

Normativa compleja

Carga administrativa

Falta de personal

Otro:

Según su opinión, ¿habría realizado actividades de información y promoción sin la ayuda?

Si

Sí, pero no de tanta magnitud

Sí, pero no con tanta frecuencia

Si, pero habrían sido diferentes

No

Ns/Nc

¿Qué habría hecho concretamente y a qué habría renunciado?

¿Qué considera que es necesario para mejorar la difusión y el nivel de ventas de los productos bajo figuras de calidad diferenciada?

¿Qué otras actuaciones o factores cree que han impulsado la producción y la comercialización de los productos de calidad diferenciada?

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Concienciación de los consumidores con los productos de					

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
calidad (respeto al medio ambiente, producción local)					
Impulso de medidas estratégicas para la industria agroalimentaria					
Agrupación o asociacionismo de productores					
Agrupación de la industria					
Crecimiento del consumo inesperado sin conocer la causa que lo provoca o por causas coyunturales					
Crecimiento del consumo de calidad diferenciada generalizado lo que hace que nuestra marca tenga este incremento sin esfuerzo					
Crisis alimentarias					
Otras ayudas distintas a las del Programa de Desarrollo Rural					
Campañas realizadas por la Administración de la Comunidad Autónoma					
Campañas realizadas por la Administración General del Estado					
Campañas realizadas por la Unión Europea					
Otros					

¿En qué grado considera que es necesario mejorar la ayuda (diseño, público objetivo, requisitos, importes y formas de ayuda, etc.) de cara a futuras convocatorias y/o periodos de programación?

¿Qué retos cree que afronta la calidad diferenciada en el futuro?

Su opinión cuenta: ¿quiere añadir algo más?

13.3. Operación 9.1.1

Tipo de agrupación

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

Cooperativa

Agrupación empresarial

Asociación

Otro

Sector

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

Agroalimentario (especificar producto)

Mixto (especifique)

Comente su elección aquí:

Año de constitución de la agrupación

Por favor, señale los producto(s) principal(es) de la agrupación y el volumen comercializado (kg, toneladas, hl, etc.) en los últimos 3 años

Mostos, vinos y derivados

Aceite de oliva

Pistacho

Hongos

Otro:

¿La agrupación sigue activa tras finalizar el periodo de ayuda?

Sí, en las mismas condiciones

Sí, hemos crecido

Sí, aunque hemos reducido algunos aspectos

No, ya no continúa

Funcionalidad y estructura

Número de socios actuales

¿Qué actividades desarrolla la agrupación?

Comercialización conjunta

Transformación

Compra de insumos

Promoción conjunta

Entidad de crédito

Formación

Asesoramiento

Tratamientos integrados de plagas y enfermedades

Otro:

¿Dispone la agrupación de personal técnico contratado?

Sí

No

¿Cuáles fueron las motivaciones principales para constituir la agrupación?

Mejorar el control de la oferta

Mejorar la capacidad de negociación

Mejorar los precios de venta

Acceso a nuevos mercados

Reducción de costes

Otro:

¿Comercializa la agrupación productos pertenecientes a regímenes de calidad (DOP, IGP, ecológico, etc.)?

Sí

No

Indique, por favor, el número, aproximado, de explotaciones agrarias a las que integra

Resultados e impacto

¿Cómo ha impactado la ayuda en su capacidad de comercialización en los siguientes mercados de destino?

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Provincial					
Comunidad Autónoma					
Nacional					
Unión Europea					
Resto del mundo					

1= nada, 5 = mucho

Señale, por favor, todos aquellos aspectos que la ayuda le ha permitido abordar

Realización de inversiones

Estudios y análisis de mercado

Innovación de productos

Innovación de procesos

Contratación de personal

Formación

Mejoras ambientales en el proceso productivo

Creación de marcas y patentes

Promoción, marketing y publicidad

Incremento productivo

Otro:

Valore la intensidad de los resultados obtenidos por la agrupación en los siguientes aspectos

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

	1. Nada	2. Poco	3. Algo	4. Bastante	5. Mucho
Mejora del poder de negociación frente a intermediarios/industria/mercado					
Mejora del precio de venta para los socios					
Aumento del volumen comercializado					
Acceso a nuevos canales de comercialización					
Acceso a nuevos mercados					
Capacidad de abastecimiento constante a lo largo del año					
Reducción de costes logísticos o de insumos					
Aumento del valor añadido en origen (transformación/comercialización conjunta)					
Fortalecimiento del posicionamiento en el mercado					
Profesionalización y gestión interna de la organización					
Generación de nuevas oportunidades de negocio					
Acceso a inversiones o financiación externa					
Creación de empleo directo en la agrupación					
Atracción/retención de jóvenes y mujeres en la base social					
Incremento de la confianza y cohesión entre socios (capital social)					
Innovación organizativa o de procesos					
Difusión de la innovación a las explotaciones integradas					

¿Qué otros aspectos quiere destacar respecto a los resultados obtenidos?

Barreras y limitaciones

¿Cuál es su opinión sobre los motivos por los que estas agrupaciones no son más frecuentes en Castilla-La Mancha? ¿Qué dificultades cree que limitan la agrupación de productores?

¿Qué cree que podría ayudar a impulsar las agrupaciones o asociaciones de productores en la región?

Por favor, indique cuáles han sido las principales dificultades durante el proceso de constitución o reconocimiento de la agrupación

- Complejidad normativa (plazos, requisitos administrativos, etc.)
- Dificultades entre socios
- Falta de financiación
- Falta de asesoramiento
- Escasa cultura asociativa
- Otro:

¿Ha experimentado algún tipo de dificultad en la gestión de la ayuda (justificación, seguimiento, intensidad de ayuda, etc.)?

¿Ha experimentado algún tipo de dificultad en el funcionamiento de la agrupación tras su creación (implicación de los socios, coordinación, financiación, comercialización, etc.)?

¿Qué actuaciones ha tenido que impulsar para resolver estas limitaciones?

¿Considera que el apoyo recibido ha sido suficiente para garantizar la viabilidad del proyecto?

- Sí, en su totalidad
- Sí, parcialmente
- No, no ha sido suficiente

¿Se habría constituido la agrupación sin la ayuda 9.1.1?

- Sí, igualmente
- Sí, pero más tarde o con menor alcance
- No, la ayuda fue determinante

¿Qué aspectos debería mejorar la administración en futuras convocatorias y/o periodos de programación (requisitos de la ayuda, plazos y procesos, intensidad y modalidad de ayuda, etc.)?

¿Qué retos cree que deberá afrontar la agrupación para seguir siendo competitiva?

¿Desea añadir alguna observación, experiencia o sugerencia adicional sobre su agrupación y el apoyo recibido?