

**CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE  
ALIMENTOS DIFERENCIADOS PROTEGIDOS  
BAJO DENOMINACIONES DE ORIGEN Y/O  
INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS  
(EN TÉRMINOS DE COMPETITIVIDAD Y  
EFICIENCIA COMERCIALIZADORA)**



**GOBIERNO  
DE ESPAÑA**

**MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN  
Y MEDIO AMBIENTE**

**Octubre 2014**



Aviso Legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización

**Coordinación:** Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica

**Con la Colaboración** de PRODESCON, S.A.



**MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE**

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

**NIPO: 280-15-060-4**

# CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS DIFERENCIADOS PROTEGIDOS BAJO DENOMINACIONES DE ORIGEN Y/O INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS (EN TÉRMINOS DE COMPETITIVIDAD Y EFICIENCIA COMERCIALIZADORA)

## INDICE

|  |    |
|--|----|
| I. CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL.....  | 4  |
| II. CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS DOP'S/IGP'S.....   | 10 |
| • INFORMACIÓN CUANTITATIVA SOPORTE DE LOS ANÁLISIS, VALORACIONES<br>E INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DE LAS DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS..... | 20 |
| A. Información de carácter global (visión conjunta de todas las DOP'S/IGP'S).....  | 21 |
| B. Información de carácter sectorial (visión individualizada por sectores).....  | 32 |
| III. CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES DE EFICIENCIA<br>COMERCIALIZADORA DE LAS DOP'S/IGP'S.....   | 53 |
| • RESULTADOS DE LA CONSULTA.....   | 56 |
| • OPINIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA PLANTEADAS POR LAS DOP'S/IGP'S<br>EN LA CONSULTA REALIZADA.....   | 75 |
| IV. RESUMEN FINAL DE ANÁLISIS Y CONCLUSIONES.....  | 81 |
| ANEXOS.....  | 88 |
| • ANEXO 1: RELACIÓN DE DOP'S/IGP'S QUE HAN CUMPLIMENTADO<br>EL CUESTIONARIO.....   | 89 |
| • MODELO DE CUESTIONARIO UTILIZADO EN LA CONSULTA.....   | 93 |

## I. CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL

## I. CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL

La Subdirección General de Calidad Diferenciada y Producción Ecológica del MAGRAMA ha promovido la realización de una investigación sobre la Agroalimentación acogida a la protección de las **Denominaciones de Origen Protegidas (DOP'S)** y de las **Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP'S)**, con la finalidad de establecer su **caracterización en términos de competitividad y eficiencia comercializadora**.

Esta investigación sobre la caracterización de las DOPS'/IGP'S operativas en el mercado agroalimentario español buscaba complementar la importante información estadística que ya viene aportando el MAGRAMA en este campo; así como potenciar el valor y la utilidad de dicha información estadística.

Así pues, el propósito fundamental del trabajo era **caracterizar la producción de alimentos de calidad diferenciada (DOP e IGP) en términos de competitividad y de eficiencia comercializadora**.

Con este propósito básico o general, se establecieron estos objetivos concretos:

- La identificación y definición de **indicadores de competitividad** de los alimentos DOP/IGP; y la formulación de valoraciones, análisis comparativos y propuestas de actuación, a partir de tales indicadores.
- La identificación y definición de los **factores que determinan la eficiencia de las actividades de comercialización** de los alimentos DOP/IGP; y la valoración de los impactos de tales factores, con el consiguiente planteamiento de propuestas de mejora de dicha comercialización.
- La aportación a los Consejos Reguladores y a los operadores que elaboran y comercializan alimentos DOP/IGP, de unos **nuevos soportes informativos** útiles para la fijación de estrategias y adopción de decisiones, por parte de tales operadores y Consejos Reguladores.

En la producción agroalimentaria de calidad diferenciada se integran dos grandes bloques de sectores/productos:

- Productos Agroalimentarios propiamente dichos protegidos con DOP'S/IGP'S (168 denominaciones registradas)
- Vinos y Bebidas Espirituosas protegidos con DOP'S/IGP'S (148 denominaciones registradas)

Se trata de dos “macrosectores” completamente distintos y exigentes de metodología de análisis y caracterización muy diferentes. Por eso pareció aconsejable analizarlos por separado, iniciando el trabajo en los alimentos DOP'S/IGP'S para abordar en fases posteriores, en su caso, la caracterización de vinos y bebidas DOP'S/IGP'S.

Centrando, por tanto, la atención exclusivamente en los Alimentos DOP e IGP, es muy importante destacar su estrecha vinculación con la generación de empleo y riqueza en el **medio rural** y su contribución al sostenimiento del mismo. Por ello es evidente la importancia del trabajo de caracterización llevado a cabo ya que debe permitir identificar opciones de mejoras de competitividad y de eficiencia comercializadora que promuevan opciones de generación de empleo y riqueza en dicho entorno.

El trabajo de caracterización llevado a cabo ha tenido en cuenta todos los sectores o subsectores agroalimentarios en los que están actuando las 168 DOP'S/IGP'S actualmente operativas en España, pudiéndose diferenciar estos **16 sectores o líneas de productos**:

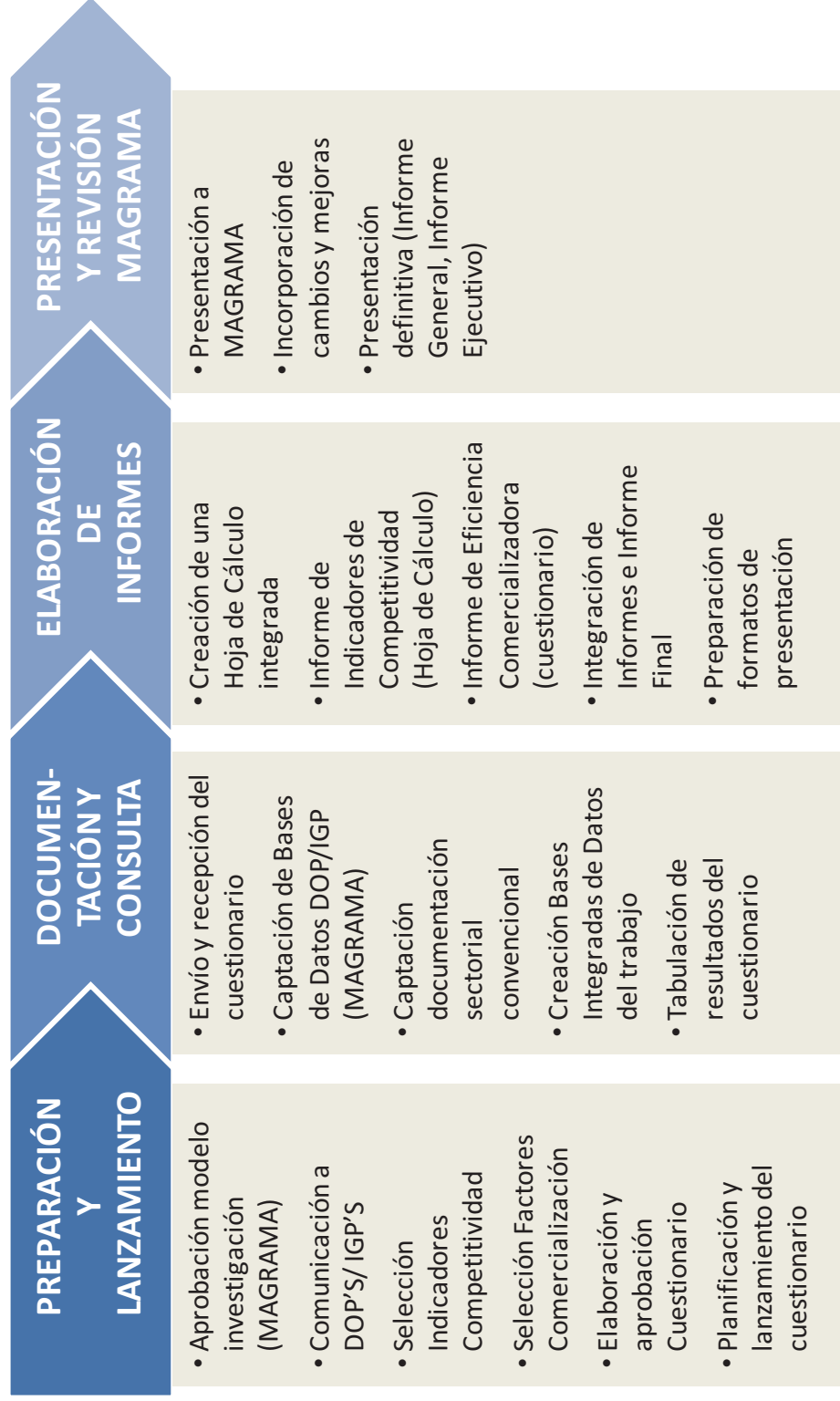
- **9 Líneas de productos agroalimentarios de origen vegetal (101 DOP'S/IGP'S)**
  - Aceite de Oliva Virgen (28)
  - Arroz (3)
  - Frutas Frescas (20)
  - Hortalizas (23)
  - Legumbres (8)
  - Condimentos y Especias (3)
  - Panadería, Pastelería y Repostería (12)
  - Vinagres (3)
  - Sidras (1)
  
- **7 Agrupaciones de líneas de productos agroalimentarios de origen animal (67 DOP'S/IGP'S):**
  - Carnes Frescas (17)
  - Jamones y Paletas (6)
  - Embutidos y otros Elaborados Cárnicos (8)
  - Quesos (27)
  - Mantequilla (2)
  - Miel (4)
  - Pescados y Mariscos (3)

En el estudio se ha tomado como referencia el total de 168 DOP'S/IGP'S/IGP'S; tanto las registradas a nivel comunitario a 31 de Diciembre de 2012 (un 95% del total) como las que gozaban a esa fecha de protección nacional transitoria, puesto que en ambos casos podrían haber comercializado en España; y de esta forma las valoraciones y los ratios calculados eran totalmente válidos y representativos del conjunto global de las DOP'S/IGP'S.

El trabajo se ha desarrollado siguiendo el plan de actuaciones previamente acordado y que se recoge esquemáticamente en el cuadro 1. Básicamente ha consistido en:

- Identificación y selección de los **Indicadores de Competitividad** de las DOP'S/IGP'S; y a continuación obtención de la información necesaria para elaborarlos (a partir de **Bases Documentales** disponibles –principalmente MAGRAMA y MERCASA-; y también a partir de la **Consulta Directa** a las DOP'S/IGP'S). Con lo cual se han confeccionado las correspondientes tablas y generado los indicadores de competitividad seleccionados (que son los que se recogen en el cuadro 2)
  
- Identificación y selección de los **Factores de Eficiencia Comercializadora** de las DOP'S/IGP'S; empezando por la obtención de la información necesaria para ello (mediante una **consulta directa** a DOP'S/IGP'S mediante cuestionario; y también a partir de las **Bases Documentales** disponibles). Con todo lo cual se han establecido valoraciones sobre determinados aspectos o factores que inciden en la eficiencia comercializadora de las DOP'S/IGP'S (que son los que se recogen en el cuadro 3)
  
- Revisión, contraste e integración de toda la información y de todos los análisis y valoraciones; y elaboración de los correspondientes **Informes Finales**.

**Cuadro 1: PLAN DE TRABAJO**



## **Cuadro 2: RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DE COMPETITIVIDAD SELECCIONADOS**

- **DE DIMENSIONAMIENTO**
  - Número de industrias/ DOP-IGP
  - Facturación/ DOP-IGP
  - Facturación/ Industria
  - Peso específico de las grandes empresas DOP'S/IGP'S
  - Concentración de la oferta comercial
- **DE IMPLANTACIÓN EN EL MERCADO**
  - % Industrias respecto a convencional
  - % Facturación respecto a convencional
  - Concentración de las gamas de productos ofertados
- **DE AUTORREGULACIÓN**
  - % Producción comercializada/ Producción protegida
- **DE COMPETITIVIDAD FRENTE AL PRODUCTO CONVENCIONAL**
  - Value premium
- **DE INTERNACIONALIZACIÓN**
  - Exportación/ DOP-IGP
  - Exportación/ Industria DOP-IGP
  - % Exportación/ Facturación
  - % Exportación UE y % Exportación Extra-UE
  - % DOP'S-IGP'S Exportadoras/ Total de DOP'S-IGP'S

## **Cuadro 3: RELACIÓN DE FACTORES DE EFICIENCIA COMERCIALIZADORA**

1. Tipología
2. Área geográfica diferenciada
3. Dependencia orgánica
4. Atributos justificativos de la diferenciación
5. Estructura y gestión
6. Compatibilización con otros formatos de diferenciación
7. Empleo y cualificación del mismo
8. Inversión
9. Instalaciones
10. Líneas de productos
11. Aprovisionamiento
12. Potencial tecnológico
13. Calidad
14. Tendencia de la producción
15. Destino de los productos comercializados
16. Canales de comercialización y distribución
17. Ámbito de comercialización
18. Diferencial de precios
19. Política de marcas
20. Comunicación y promoción
21. Percepción de la DOP/IGP
22. Internacionalización
23. Fortalezas/ oportunidades
24. Debilidades/ amenazas
25. Opinión y actitud de los responsables de las DOP'S/IGP'S



Así pues, y de forma resumida, la realización del presente trabajo de caracterización de las DOP'S/IGP'S ha consistido básicamente en:

- Una fase previa de preparación, programación, comunicación y lanzamiento del trabajo (incluyendo la preparación y aprobación del cuestionario de consulta)
- Una profunda revisión de todas las Bases Documentales disponibles referidas a DOP'S/IGP'S.
- Una Consulta Directa, mediante cuestionario, al colectivo total de las 168 DOP'S/IGP'S (a través de 3 oleadas sucesivas), hasta conseguir un alto nivel de respuestas (113 cuestionarios debidamente cumplimentados), equivalente a casi un 68% de "nivel de respuesta", realmente suficiente y satisfactorio para los fines del trabajo.
- Una fase de revisión, contraste e integración de la información recogida y de los resultados de la consulta.
- La confección de las tablas de datos y la elaboración de indicadores y factores de eficiencia.
- La definición y valoración de conclusiones y propuestas.
- La elaboración y presentación de los diferentes Informes Provisionales y/o Finales.

Dicho Informe Final se ha estructurado, por consiguiente, con estos **Contenidos Básicos**:

- Un primer capítulo (es el actual capítulo) de **Consideraciones Previas**.
- Un segundo capítulo resumen o explicativo de los aspectos que caracterizan la **Competitividad** de las DOP'S/IGP'S.
- Un tercer capítulo en el que se recogen y analizan los **Factores de Eficiencia de Comercialización** de las DOP'S/IGP'S.
- Un **Informe** recogiendo las opiniones, sugerencias o propuestas de mejora planteadas por las DOP'S/IGP'S.

## II. CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS DOP'S/IGP'S

## II. CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS DOP'S/IGP'S

Son muy numerosos los productos agroalimentarios españoles que han optado por **diferenciarse por su origen** en función de la calidad, cualidad o reputación especial que aportan a tales productos **el lugar donde se producen, transforman o elaboran**.

En 2012 había registradas **168 DOP'S/IGP'S** en España, correspondientes a **16 SECTORES AGROALIMENTARIOS**. Y las grandes magnitudes básicas de este conjunto diferenciado son las siguientes (referidas a 2012):

| <b>Cuadro 4</b>  |        |
|--|--------|
| • Número de DOP'S/IGP'S (*)                                  | 168    |
| • Número de Industrias inscritas                             | 2.833  |
| • Facturación global (Millones de euros)                     | 952,64 |
| • Exportación global (Millones de euros)                     | 195,71 |
| <i>Fuente: MAGRAMA</i>                                       |        |
| <i>(*) Los datos MAGRAMA indican 168 DOP'S/IGP'S en 2012</i> |        |

En **algo más de 25 años se ha generado una amplia y compleja estructura de Consejos Reguladores** tratando de diferenciar una parte de la producción agroalimentaria española. El proceso de creación de DOP'S/IGP'S ha seguido diferentes fases, más o menos intensivas, aunque es entre los años 2000 y el 2005 cuando tuvo lugar la mayor creación de las mismas:

| <b>Cuadro 5</b>                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| <b>Fecha</b>                     | <b>Nº de DOP'S/IGP'S</b> |
| Antes 1987                       | 12                       |
| 1995                             | 39                       |
| 2000                             | 78                       |
| 2005                             | 138                      |
| 2010                             | 160                      |
| 2012                             | 168                      |
| <i>Fuente: MAGRAMA y MERCASA</i> |                          |

En consecuencia, entre 1995 y 2012 también se ha configurado una interesante **cartera de productos agroalimentarios diferenciados por su calidad/origen** (DOP'S/IGP'S):

| Cuadro 6               |                |                   |                           |
|------------------------|----------------|-------------------|---------------------------|
| Años                   | Nº DOP'S/IGP'S | Facturación (M.€) | Facturación/DOP-IGP (M.€) |
| 1995                   | 39             | 233,8             | 6                         |
| 2000                   | 78             | 452,3             | 5,8                       |
| 2005                   | 138            | 884,6             | 6,4                       |
| 2010                   | 160            | 895,5             | 5,6                       |
| 2012                   | 168            | 952,6             | 5,7                       |
| <b>Δ 2010/1995 (%)</b> | <b>330,80%</b> | <b>298,20%</b>    | <b>≈ 0%</b>               |

Fuente: MAGRAMA

En los cuadros 5 y 6 se aprecia el intenso y continuado proceso de crecimiento de la estructura de productos DOP/IGP, entre 1995 y 2012, con un **fuerte incremento tanto en el número de éstas como de su facturación**. Pero también sorprende que no se haya conseguido mejorar la **dimensión promedio** de tales DOP'S/IGP'S, poniéndose de relieve uno de los principales problemas de competitividad de las mismas.

Efectivamente, la **reducida dimensión promedio** de la mayoría de las industrias comercializadoras de productos agroalimentarios DOP/IGP es una de sus principales características y se manifiesta como un claro **indicador de sus posibilidades teóricas de competitividad**, sobre todo si se compara con lo que ocurre en las industrias agroalimentarias convencionales (IAA'S)

| Cuadro 7                                |             |             |               |
|---|-------------|-------------|---------------|
| INDICADORES (2012)                      | DOP'S/IGP'S | I.A.A. (*)  | % DOP-IGP/IAA |
| Número Industrias                       | 2.833       | 24.083      | 11,76%        |
| Ventas Totales (M.€)                    | 952,64      | 80.582      | 1,18%         |
| <b>Promedio Ventas/ Industria (M.€)</b> | <b>0,34</b> | <b>3,35</b> | <b>10,15%</b> |

Fuente: Diversas fuentes MAGRAMA y MERCASA y FIAB

(\*) IAA'S (Industrias Agroalimentarias) sin incluir Vinos y Bebidas Alcohólicas

De hecho, solamente 9 de todas las DOP'S/IGP'S operativas en España alcanzan umbrales de facturación superiores a los 20 Millones de euros:

| Cuadro 8                              |                |                              |                |
|---------------------------------------|----------------|------------------------------|----------------|
| Niveles de facturación (M.€)          | Nº DOP'S/IGP'S | Niveles de facturación (M.€) | Nº DOP'S/IGP'S |
| > 20 M.€                              | 9              | Entre 1 y 5 M.€              | 45             |
| Entre 10 y 20 M.€                     | 19             | Entre 0,5 y 1 M.€            | 22             |
| Entre 5 y 10 M.€                      | 19             | < 0,5 M.€                    | 37             |
| <b>TOTAL</b>                          |                |                              | <b>151</b>     |
| <b>(Más 17 DOP'S/IGP'S sin datos)</b> |                |                              |                |

Fuente: MAGRAMA

Es muy significativo el hecho de que cerca de 60 DOP'S/IGP'S no superen un nivel de facturación de 1 millón de euros (¡y 37 no alcanzan los 500.000 euros de facturación!)

Todas las cifras anteriores ponen de manifiesto otro rasgo característico de las DOP'S/IGP'S como es el alto grado de **atomización y dispersión** de las mismas, lo cual incide obviamente en sus capacidades de competitividad.

En buena parte de los principales sectores de la agroalimentación española se han ido implantando DOP'S e IGP'S a lo largo de los años:

| <b>Cuadro 9</b>                       |                           |                            |                           |
|---------------------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
| <b>Sectores</b>                       | <b>Nº<br/>DOP'S/IGP'S</b> | <b>Sectores</b>            | <b>Nº<br/>DOP'S/IGP'S</b> |
| 1. Aceite de Oliva Virgen             | 28                        | 9. Jamones y Paletas       | 6                         |
| 2. Queso                              | 27                        | 10. Miel                   | 4                         |
| 3. Hortalizas                         | 23                        | 11. Arroz                  | 3                         |
| 4. Frutas Frescas                     | 20                        | 12. Pescados y Mariscos    | 3                         |
| 5. Carnes Frescas                     | 17                        | 13. Condimentos y Especies | 3                         |
| 6. Panadería, Pastelería y Repostería | 12                        | 14. Vinagres               | 3                         |
| 7. Embutidos y Elaborados Cárnicos    | 8                         | 15. Mantequilla            | 2                         |
| 8. Legumbres                          | 8                         | 16. Sidra                  | 1                         |

*Fuente: MAGRAMA*

En el cuadro 9 anterior se comprueba la existencia de DOP'S/IGP'S en muchos y diferentes sectores agroalimentarios españoles, aunque también hay otros importantes sectores en los que no están presentes: Leche de Consumo, Huevos, Carne Fresca de Porcino, Aguas, Bebidas no Alcohólicas, Zumos, Cervezas, Conservas Cárnicas, Platos Preparados, Mermeladas, Alimentación Infantil, etc. Por consiguiente, a pesar de la abundancia de DOP'S/IGP'S, esta estructura de protección de la diferenciación por calidad/origen **no abarca toda la producción agroalimentaria española**.

Es importante destacar también el **alto grado de concentración de la producción/ comercialización**; de forma que un limitado número de DOP'S/IGP'S ya representan buena parte de la actividad productiva y/o comercializadora de las mismas, aunque a través de un menor número de industrias.

Es decir, tan solo 5 DOP'S/IGP'S (con un 8% del total de industrias inscritas) ya representan cerca del 33% de las ventas de todas las DOP'S/IGP'S de España; y las 20 mayores (con un 26,5% de las industrias) ya representarían el 60% de todas las ventas de las mismas.

De forma que habría un amplio resto de pequeñas DOP'S/IGP'S (148 en total, en 2012) en el que un 73,5% de todas las industrias DOP'S/IGP'S inscritas se repartirían el 40% de todas las ventas de los productos comercializados por el conjunto global de las DOP'S/IGP'S españolas.

Es decir, en ese conjunto de pequeñas DOP'S/IGP'S los promedios de **“Industrias por DOP/IGP”**, **“Facturación por DOP/IGP”** y **“Facturación por Industria”** son realmente bajos, en muchos casos inferiores a los necesarios para asumir una actividad económica y/o promocional relevante. Por consiguiente es evidente que los indicadores de **“Dimensionamiento/Concentración”** señalan una clara relación de influencia entre la dimensión de las industrias DOP/IGP y su potencial de competitividad, al menos en la mayor parte de éstas.

Otro importante indicador de competitividad de las DOP'S/IGP'S es el **grado de internacionalización alcanzado**. De acuerdo con las últimas estadísticas disponibles (referidas a 2012), el conjunto de DOP'S/IGP'S exportaron en ese año por valor de **195,71 millones de euros** (señalando un promedio de exportación de 1,13 Millones de euros por DOP/IGP):

| <b>Cuadro 10</b>   |                    |                  |                                 |
|--|--------------------|------------------|---------------------------------|
|  | <b>DOP'S/IGP'S</b> | <b>IAA'S (*)</b> | <b>% DOP'S-IGP'S/<br/>IAA'S</b> |
| Nº Total Industrias DOP'S/IGP'S                                | 2.833              | 24.083           | 11,8%                           |
| Facturación Total (M.€)  | 952,64             | 80.582           | 1,2%                            |
| Exportación Total (M.€)  | 195,71             | 16.634           | 1,2%                            |
| % Exportación/Facturación                                      | 20,5%              | 20,6%            |                                 |
| Exportación/Industria (M.€)                                    | 0,07               | 0,69             |                                 |
| <i>Fuente MAGRAMA</i>  |                    |                  |                                 |
| <i>(*) En IAA'S no se incluyen Vinos y Bebidas Alcohólicas</i> |                    |                  |                                 |

Los reducidos niveles promedios de exportación por industria DOP/IGP limitan las posibilidades de proyectos o iniciativas de promoción exterior susceptibles de alcanzar un suficiente **umbral de "coste/eficacia"** de las posibles inversiones a desarrollar en ese campo. Además, la comparación con las IAA'S convencionales (de las que se han excluido vinos y CHF) pone de relieve una evidente **posición de desventaja competitiva**, al menos en lo que se refiere a los niveles promedios de exportación por industria.

Por otra parte, también se verifica un elevado **grado de concentración de las exportaciones** en unas pocas DOP'S/IGP'S. Las cinco mayores DOP'S/IGP'S ya realizan el 50% de todas las exportaciones del conjunto global de las DOP'S/IGP'S españolas, permitiéndoles con ello que este pequeño grupo mantenga un **índice de propensión exportadora del 31,2%**, muy por encima del índice promedio del conjunto global de las IAA'S (20,6%); y facilitando que el conjunto global de las DOP'S/IGP'S alcance índices superiores al 20%, en línea con las IAA'S.

Es importante también destacar el elevado **"grado de internacionalización"** de las DOP'S/IGP'S españolas, como conjunto (indicador que expresa la relación entre el número de exportadoras y el total de DOP'S/IGP'S). Dicho **índice es superior al 50%** (85 exportadoras en un colectivo de 168) realmente elevado y muy por encima del promedio de las IAA'S españolas, siendo incluso muy elevado en las DOP'S/IGP'S de algunos sectores como Aceite de Oliva Virgen, Frutas Frescas, Quesos, y Jamones y Paletas, así como en DOP'S/IGP'S más pequeñas como Pescados y Mariscos, Embutidos y Elaborados Cárnicos, Condimentos y Especies, y Sidra:

| <b>Cuadro 11</b>                               |                                    |                             |                                 |                                    |                             |
|--|------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Sectores</b>                                | <b>Nº DOP'S/IGP'S Exportadoras</b> | <b>Nº Total DOP'S/IGP'S</b> | <b>Sectores</b>                 | <b>Nº DOP'S/IGP'S Exportadoras</b> | <b>Nº Total DOP'S/IGP'S</b> |
| Quesos   | 15                                 | 27                          | Embutidos y Elaborados Cárnicos | 5                                  | 8                           |
| Carnes Frescas                                 | 4                                  | 17                          | Arroz                           | 3                                  | 3                           |
| Jamones y Paletas                              | 3                                  | 6                           | Condimentos y Especies          | 3                                  | 3                           |
| Aceite de Oliva Virgen                         | 20                                 | 28                          | Legumbres                       | 2                                  | 8                           |
| Frutas Frescas                                 | 12                                 | 20                          | Mantequilla                     | 1                                  | 2                           |
| Panadería, Pastelería y Repostería             | 5                                  | 12                          | Miel                            | 1                                  | 4                           |
| Hortalizas                                     | 7                                  | 23                          | Sidra                           | 1                                  | 1                           |
| Pescados y Mariscos                            | 2                                  | 3                           | Vinagre                         | 1                                  | 3                           |
| <b>TOTAL</b>                                   |                                    |                             |                                 | <b>85</b>                          | <b>168</b>                  |
| <i>Fuente: Elaboración a partir de MAGRAMA</i> |                                    |                             |                                 |                                    |                             |

También es significativo el elevado “**índice de diversificación de las exportaciones**”, indicador que señala el porcentaje de las **exportaciones dirigidas a países extracomunitarios**; en el caso de las DOP’S/IGP’S dicho **porcentaje es el 36,6%**, muy por encima del promedio de las exportaciones agroalimentarias españolas que sitúan dicho porcentaje en torno al 18% aproximadamente.

A través de la consulta directa realizada al conjunto global de las DOP’S/IGP’S se ha obtenido importante información sobre la **caracterización de la actividad exportadora** de éstas.

- Un 33% de las DOP’S/IGP’S exporta regularmente; un 30% lo hace de vez en cuando; y un 37% no exporta.
- Solo un 37% de las empresas exportadoras DOP’S/IGP’S nunca exporta a mercados extracomunitarios; y solo un 15% envía a estos mercados más del 40% de sus exportaciones.
- En la UE son mercados prioritarios de las DOP’S/IGP’S: Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica y Portugal.
- Fuera de la UE son mercados prioritarios EEUU, China, México, Suiza, Rusia, Canadá, Brasil y Japón.
- Un 89% de las DOP’S/IGP’S no realiza promoción comercial en el exterior o solo lo hacen ocasionalmente; así, tan solo el 11% hacen promoción comercial exterior regularmente.

Hay DOP’S/IGP’S operativas en todas las **Comunidades Autónomas españolas**, aunque en algunas de ellas, como Andalucía, Cataluña, Galicia, Castilla y León o Castilla La Mancha, hayan alcanzado un mayor grado de implantación.

| <b>Cuadro 12</b>       |                             |               |                             |
|------------------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|
| <b>CCAA</b>            | <b>Nº Total DOP'S/IGP'S</b> | <b>CCAA</b>   | <b>Nº Total DOP'S/IGP'S</b> |
| Andalucía              | 27                          | La Rioja      | 6                           |
| Cataluña               | 19                          | I. Canarias   | 6                           |
| Galicia                | 18                          | Cantabria     | 5                           |
| Castilla y León        | 17                          | R. Murcia     | 4                           |
| Castilla La Mancha     | 13                          | Aragón        | 4                           |
| C. Valenciana          | 11                          | I. Baleares   | 4                           |
| Extremadura            | 10                          | País Vasco    | 2                           |
| P. Asturias            | 8                           | C. de Madrid  | 1                           |
| Navarra                | 6                           | Pluriregional | 7                           |
| <b>TOTAL</b>           |                             |               | <b>168</b>                  |
| <i>Fuente: MAGRAMA</i> |                             |               |                             |

La protección de alimentos y bebidas diferenciados por su **origen/calidad** está muy arraigada en **numerosos países de la UE**, especialmente en Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, España, Portugal, Grecia, Austria, Irlanda y Hungría.

Tradicionalmente dichos sistemas de protección se orientaron a los vinos y bebidas alcohólicas, pero poco a poco se fueron extendiendo a los productos agroalimentarios especialmente quesos, carnes y elaborados cárnicos, frutas y verduras, aceites y grasas y panadería-pastelería, entre otros.

En la UE estarían registradas en torno a 3.000 DOP'S/IGP'S, de las cuales 2.000 estarían referidas a los vinos y bebidas alcohólicas, y unas 1.000 a productos agroalimentarios. A su vez, las ventas totales de dichas DOP'S/IGP'S de la UE se situarían próximas a los 60.000 millones de euros, si bien más del 70% de dichas ventas corresponderían a vinos y bebidas alcohólicas, y el restante 30%, aproximadamente, a alimentos.

La Participación de las DOP'S/IGP'S en el valor total de las ventas de la industria alimentaria (sin vino) es bastante relevante en algunos mercados como Francia e Italia, pero menor en otros como Alemania:

| <b>Cuadro 13</b> |              |
|------------------|--------------|
| <b>UE 27</b>     | <b>5,60%</b> |
| Francia          | 14,15%       |
| Italia           | 9,10%        |
| Grecia           | 9,10%        |
| Portugal         | 8,90%        |
| UK               | 6,70%        |
| Alemania         | 3,40%        |

*Fuente: Comisión Europea*

La estructura de productos DOP/IGP (% según líneas de productos) en los principales mercados varía según mercados:

| <b>Cuadro 14</b>             |                |               |                  |           |               |
|------------------------------|----------------|---------------|------------------|-----------|---------------|
| <b>ESTRUCTURA PRODUCTOS</b>  | <b>FRANCIA</b> | <b>ITALIA</b> | <b>ALEMANIA</b>  | <b>UK</b> | <b>ESPAÑA</b> |
| Vinos y bebidas espirituosas | 84%            | 48%           | 41%              | 81%       | 81%           |
| Quesos                       | 8%             | 30%           | 1%               | 2%        | 4%            |
| Carnes y derivados           | 5%             | 16%           | 12%              | 9%        | 8%            |
| Frutas y verduras            | 1%             | 4%            | -                | -         | 3%            |
| Aceites                      | 1%             | 1%            | -                | -         | 2%            |
| Otros                        | 1%             | 1%            | 46%              | 8%        | 2%            |
|                              |                |               | (cerveza<br>39%) |           |               |

*Fuente: Comisión Europea*

*Nota: Según valor económico*



El peso específico de las OP'S/IGP'S de Italia, Francia y España es muy importante en el contexto general de las DOP'S/IGP'S de la UE:

| Cuadro 15             |                                     |
|-----------------------|-------------------------------------|
| Alimentos (sin vinos) | % del Total de DOP'S/IGP'S EN LA UE |
| Italia                | 22%                                 |
| Francia               | 19%                                 |
| España                | 15%                                 |
| Portugal              | 13%                                 |
| Grecia                | 10%                                 |
| Alemania              | 8%                                  |
| UK                    | 4%                                  |
| Resto UE              | 9%                                  |
| <b>TOTAL</b>          | <b>100%</b>                         |

*Fuente: Comisión Europea*

La evolución de las ventas DOP/IGP en la UE por sectores (2005-2010) ha sido muy importante en algunos de ellos:

| Cuadro 16                  |                  |
|----------------------------|------------------|
|                            | $\Delta$ (Valor) |
| <b>Total alimentación</b>  | <b>19%</b>       |
| Carne y productos cárnicos | 25% – 35%        |
| Frutas y verduras          | 20% - 25%        |
| Quesos                     | 15% - 25%        |
| Panadería y repostería     | (-4%)            |
| Aceites y grasas           | (-4%)            |

*Fuente: Comisión Europea*

Uno de los más interesantes indicadores de la competitividad de un sector agroalimentario es su “**potencial de autorregulación**”. Cuando determinados sectores agroalimentarios carecen de la suficiente capacidad de autorregulación, se convierten en vulnerables e incluso se manifiestan excesivamente frágiles o indefensos ante circunstancias de crisis de uno u otro tipo o frente a la competencia exterior; de forma que en determinados casos la sostenibilidad de algunos de estos sectores tiene que terminar dependiendo de **subvenciones y ayudas** de mayor o menor cuantía y de diferente procedencia; cosa que no ocurre en el caso de las DOP'S/IGP'S.

Hay numerosos mecanismos de autorregulación de los sectores agroalimentarios, siendo algunos de los más frecuentes y/o eficaces los siguientes:

- La capacidad de “**almacenamiento/conservación**” y sistemas de activación/financiación de los mismos.

- La posibilidad de promover, activar y organizar “**soluciones coyunturales**” como retiradas de producciones, ayudas alimentarias, cupos, barreras coyunturales, etc.
- La disponibilidad de “**circuitos y/o canales alternativos**” susceptibles de activarse con agilidad.
- La flexibilidad del “**potencial exportador**” y de la “**diversificación de las exportaciones**”.
- La capacidad de sustituir o innovar “**productos/presentaciones/precios**” con suficiente agilidad; o bien de actuar sobre los “**niveles de producción**” y/o sobre los procesos productivos.
- La capacidad de rápida implantación de “**mecanismos de promoción comercial**” en los mercados interior y/o exterior, probadamente eficaces para activar la demanda.

El análisis de los rasgos, circunstancias y magnitudes que caracterizan a los productos agroalimentarios pertenecientes a las DOP’S/IGP’S españolas ha puesto de relieve que la mayor parte de tales productos carecen de claras posibilidades de aplicar muchos de los mecanismos de autorregulación antes señalados (solamente debe exceptuarse el alto **potencial exportador de muchas DOP’S/IGP’S** como posible alternativa de regulación de la producción, a pesar de lo cual en numerosos casos eso no es suficiente como garantía de competitividad)

De forma que en bastantes ocasiones se debe recurrir a la utilización parcial del potencial total de comercialización, desviando una proporción de la producción disponible hacia otros segmentos o circuitos.

Así, algunas DOP’S/IGP’S a veces deben recurrir a la comercialización de una cierta proporción de la producción protegida en forma de producto convencional; eso es especialmente pronunciado en Aceite de Oliva Virgen, Frutas Frescas, Hortalizas y Legumbres:

| <b>Cuadro 17</b>                   |  |                                 |  |
|------------------------------------|--|---------------------------------|--|
| <b>Sectores (2012)</b>             | <b>%<br/>Comercialización<br/>s/P. Protegida</b> | <b>Sectores (2012)</b>          | <b>%<br/>Comercialización<br/>s/P. Protegida</b> |
| Queso                              | 99,7%  | Embutidos y Elaborados Cárnicos | 98,6%  |
| Carnes Frescas                     | 100,0%   | Condimentos y Especias          | 51,9%  |
| Jamones y Paletas                  | 100,0%   | Legumbres                       | 25,2%  |
| Aceite Oliva Virgen                | 19,2%  | Mantequilla                     | 93,9%  |
| Frutas Frescas                     | 44,8%  | Miel                            | 80,1%  |
| Hortalizas                         | 14,9%  | Sidra                           | 60,4%  |
| Panadería, Pastelería y Repostería | 88,3%  | Vinagre                         | 100,0%   |
| Pescados y Mariscos                | 45,3%  | Arroz                           | 99,4%  |
| <b>PROMEDIO TOTAL DOP’S/IGP’S</b>  |  |                                 | <b>70,1%</b>                                     |
| <i>Fuente: MAGRAMA</i>             |  |                                 |  |

Dicha infrautilización en determinadas DOP’S/IGP’S invita a reflexionar sobre la necesidad de nuevas estrategias de potenciación de la comercialización en tales DOP’S/IGP’S, incluso a través de nuevos formatos de integración, organización o distribución; o incluso de concentración de ofertas.

Igualmente importante será valorar las consecuencias comerciales de la “cuota de mercado” de que disponen numerosas DOP’S/IGP’S (respecto al total de comercialización de productos agroalimentarios), especialmente en sectores como Frutas Frescas, Hortalizas, Panadería, Pastelería y Repostería, Embutidos y Elaborados Cárnicos, Pescados y Mariscos, Legumbres y otros, donde dicha cuota de mercado no supera el 1%. Solamente en sectores como Jamones y Paletas, Arroz, Aceite de Oliva Virgen, Quesos y Sidra, las DOP’S/IGP’S mantienen una atractiva cuota de mercado:

| <b>Cuadro 18</b>          |  |   |  |
|---------------------------|--|---|--|
| <b>Sectores (2012)</b>    | <b>Cuota de mercado (s/ Mercado total de cada línea de producto)</b> | <b>Sectores (2012)</b>                                  | <b>Cuota de mercado (s/ Mercado total de cada línea de producto)</b> |
| 1. Jamones y paletas      | 11,18%   | 6. Miel   | 4,11%  |
| 2. Arroz                  | 9,25%  | 7. Condimentos y Especies                               | 3,84%  |
| 3. Sidra                  | 6,64%  | 8. Carnes Frescas                                       | 3,09%  |
| 4. Aceite de Oliva Virgen | 6,25%  | 9. Legumbres  | 1,05%  |
| 5. Quesos                 | 5,12%  | 10. Frutas Frescas                                      | 0,93%  |
|                           |  | <b>PROMEDIO GENERAL DEL CONJUNTO DE 168 DOP’S/IGP’S</b> | <b>1,18%</b>   |

*Fuente: MAGRAMA*

Otro aspecto a destacar es la coexistencia o convivencia e las marcas diferenciadas bajo protección DOP/IGP con otras numerosas tipologías de formatos de protección, comunicación o promoción comercial amparados en marcas colectivas de garantía de calidad/ origen, labels de calidad, producción integrada, producción ecológica, etc. Según la información analizada, las 168 DOP’S/IGP’S operativas en España convivían con otros 211 formatos de diferenciación en forma de marcas de calidad/ origen.

**Cuadro 19.**

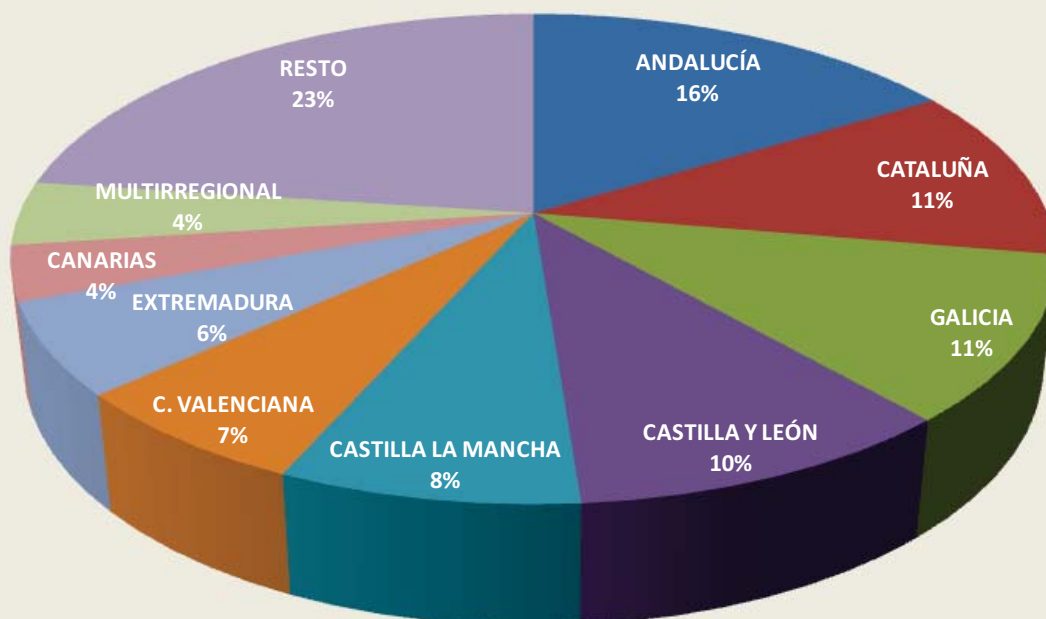
| <b>LA COMPETENCIA DE OTROS FORMATOS DE DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD/ORIGEN</b> |                              |   |   |
|--|------------------------------|---|---|
| <b>SECTORES CON DOP’S/IGP’S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN)</b>               | <b>NÚMERO DE DOP’S/IGP’S</b> | <b>NÚMERO DE OTROS FORMATOS DE DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD/ ORIGEN</b> | <b>TIPOLOGÍAS O FORMATOS DE DIFERENCIACIÓN DE ALIMENTOS POR CALIDAD/ORIGEN, DISTINTOS DE DOP’S/IGP’S (15 TIPOS)</b> |
| 1. QUESO   | 27                           | 16  | Especialidad Tradicional Garantizada  |
| 2. CARNES FRESCAS  | 17                           | 28  |   |
| 3. JAMONES Y PALETAS   | 6                            | 2   | Marca de Garantía de Calidad  |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN  | 28                           | 9   |   |
| 5. FRUTAS FRESCAS  | 20                           | 35  |   |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA  | 12                           | 32  | Marca Colectiva de Calidad  |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS  | 23                           | 30  |   |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS   | 3                            | 5   | Pliegos de etiquetado facultativo   |
| 9. ARROZ   | 3                            | 2   |   |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS                                    | 8                            | 29  |   |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS   | 3                            | 1   | Producción integrada  |
| 12. MIEL   | 4                            | 10  |   |
| 13. MANTEQUILLA  | 2                            | 5   | Otros   |
| 14. LEGUMBRES  | 8                            | 4   |   |
| 15. SIDRA  | 1                            | 1   |   |
| 16. VINAGRES   | 3                            | 2   |   |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                                       | <b>168</b>                   | <b>211</b>  |   |

**INFORMACIÓN CUANTITATIVA SOPORTE DE LOS ANÁLISIS,  
VALORACIONES E INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DE  
LAS DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS**

**A. Información de carácter global  
(Visión conjunta de todas las DOP'S/IGP'S)**

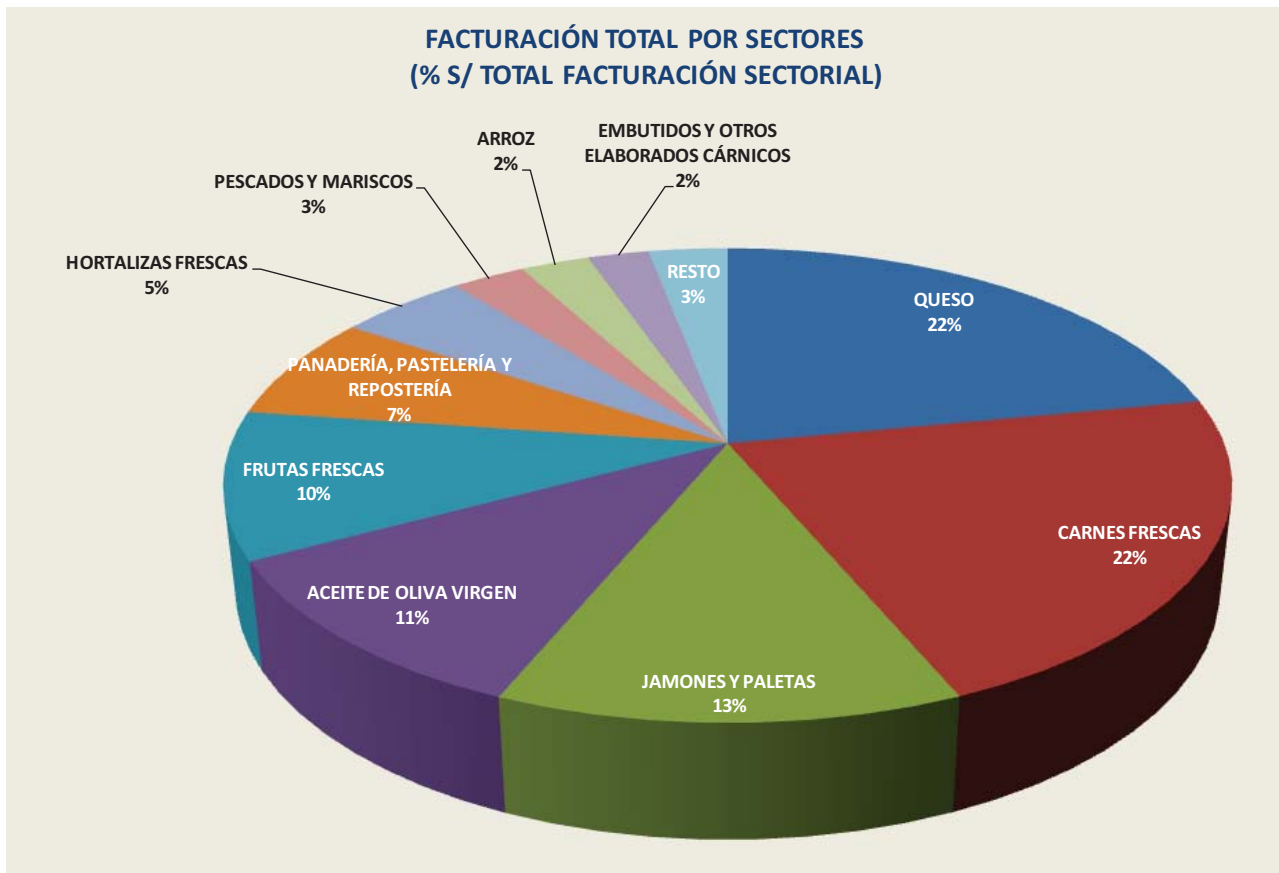
| CCAA                  | NÚMERO DE DOP'S/IGP'S | SECTORES CON DOP'S/IGP'S |          |              |             |           |           |            |          |           |             |          |                        |                     | TOTAL     |          |           |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|----------|--------------|-------------|-----------|-----------|------------|----------|-----------|-------------|----------|------------------------|---------------------|-----------|----------|-----------|
|                       |                       | Aceite                   | Arroz    | Carne Fresca | Condimentos | Embutidos | Frutas    | Hortalizas | Jamones  | Legumbres | Mantequilla | Miel     | Panadería y Pastelería | Pescados y Mariscos |           | Queso    | Sidra     |
| 1. ANDALUCÍA          | 27                    | X                        |          | X            |             |           | X         | X          | X        |           |             | X        | X                      | X                   |           |          | 8         |
| 2. CATALUÑA           | 19                    | X                        | X        | X            |             | X         | X         | X          |          | X         |             | X        |                        | X                   |           |          | 9         |
| 3. GALICIA            | 18                    |                          |          | X            |             | X         | X         | X          |          | X         |             | X        | X                      | X                   | X         |          | 9         |
| 4. CASTILLA Y LEÓN    | 17                    |                          |          | X            |             | X         | X         | X          |          | X         |             | X        |                        | X                   |           |          | 8         |
| 5. CASTILLA LA MANCHA | 13                    | X                        |          | X            | X           |           |           | X          |          |           |             | X        | X                      |                     | X         |          | 7         |
| 6. C. VALENCIANA      | 11                    | X                        | X        |              |             | X         | X         |            |          |           |             | X        |                        |                     |           |          | 5         |
| 7. EXTREMADURA        | 10                    | X                        |          | X            |             | X         | X         | X          |          |           |             |          |                        |                     |           | X        | 6         |
| 8. ASTURIAS           | 8                     |                          |          | X            |             | X         |           |            |          | X         |             |          |                        |                     | X         | X        | 5         |
| 9. NAVARRA            | 6                     | X                        |          | X            |             |           |           | X          |          |           |             |          |                        |                     | X         |          | 4         |
| 10. LA RIOJA          | 6                     | X                        |          |              |             | X         | X         | X          |          |           |             |          |                        |                     | X         |          | 5         |
| 11. CANARIAS          | 6                     |                          |          |              |             | X         | X         |            |          |           | X           |          |                        |                     | X         |          | 4         |
| 12. CANTABRIA         | 5                     |                          |          | X            |             |           |           |            |          |           |             | X        |                        |                     | X         |          | 3         |
| 13. MURCIA            | 4                     |                          |          |              | X           |           | X         |            |          |           |             |          |                        |                     | X         |          | 3         |
| 14. ARAGÓN            | 4                     | X                        |          | X            |             | X         |           | X          |          |           |             |          |                        |                     |           |          | 4         |
| 15. BALEARES          | 4                     | X                        |          |              |             | X         |           |            |          |           |             | X        |                        |                     | X         |          | 4         |
| 16. PAÍS VASCO        | 2                     |                          |          | X            |             |           |           | X          |          |           |             |          |                        |                     |           |          | 2         |
| 17. MADRID            | 1                     |                          |          | X            |             |           |           |            |          |           |             |          |                        |                     |           |          | 1         |
| MULTIRREGIONAL        | 7                     |                          | X        | X            |             |           |           | X          | X        |           |             |          |                        |                     | X         |          | 5         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>168</b>            | <b>9</b>                 | <b>3</b> | <b>13</b>    | <b>2</b>    | <b>6</b>  | <b>10</b> | <b>12</b>  | <b>4</b> | <b>3</b>  | <b>2</b>    | <b>4</b> | <b>8</b>               | <b>2</b>            | <b>13</b> | <b>1</b> | <b>92</b> |

### NÚMERO DE DOP'S/IGP'S POR CCAA



RESUMEN DE DOP'S/IGP'S POR SECTORES AGROALIMENTARIOS (AÑO 2012)

| SECTORES CON DOP'S/IGP'S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | PRIMERAS DOP'S/IGP'S (AÑO DE CREACIÓN) | NÚMERO DE DOP'S/IGP'S | NÚMERO DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN TOTAL (M.€) | VENTAS EN EL MERCADO INTERIOR (M.€) | VALOR TOTAL EXPORTACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN A LA UE | EXPORTACIÓN EXTRA-UE |
|---|--|-----------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|---------------------|----------------------|
| 1. QUESO  | Antes 1987                             | 27                    | 518                  | 209,42                  | 136,62                              | 72,80                         | 30,32               | 42,48                |
| 2. CARNES FRESCAS                                       | 1992                                   | 17                    | 233                  | 206,06                  | 200,35                              | 5,71                          | 5,71                | 0,00                 |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                    | Antes 1987                             | 6                     | 266                  | 120,82                  | 105,75                              | 15,07                         | 10,78               | 4,29                 |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                               | Antes 1987                             | 28                    | 376                  | 103,75                  | 78,80                               | 24,95                         | 15,72               | 9,23                 |
| 5. FRUTAS FRESCAS                                       | 1992                                   | 20                    | 223                  | 95,67                   | 48,22                               | 47,45                         | 42,57               | 4,88                 |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                   | 1992                                   | 12                    | 192                  | 67,90                   | 59,75                               | 8,15                          | 1,49                | 6,66                 |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                   | 1988                                   | 23                    | 152                  | 46,73                   | 40,78                               | 5,95                          | 5,89                | 0,06                 |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                  | 2001                                   | 3                     | 29                   | 26,42                   | 18,52                               | 7,90                          | 6,59                | 1,31                 |
| 9. ARROZ  | Antes 1987                             | 3                     | 109                  | 25,00                   | 24,14                               | 0,86                          | 0,23                | 0,63                 |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS               | 1993                                   | 8                     | 85                   | 22,23                   | 19,97                               | 2,26                          | 1,47                | 0,79                 |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                              | 1999                                   | 3                     | 35                   | 8,07                    | 6,07                                | 2,00                          | 1,26                | 0,74                 |
| 12. MIEL  | 1993                                   | 4                     | 181                  | 5,05                    | 5,04                                | 0,01                          | 0,00                | 0,01                 |
| 13. MANTEQUILLA   | 2001                                   | 2                     | 2                    | 3,00                    | 2,95                                | 0,05                          | 0,00                | 0,05                 |
| 14. LEGUMBRES   | Antes 1987                             | 8                     | 315                  | 2,67                    | 2,67                                | 0,00                          | 0,00                | 0,00                 |
| 15. SIDRA   | 2002                                   | 1                     | 25                   | 1,85                    | 1,80                                | 0,05                          | 0,01                | 0,04                 |
| 16. VINAGRES  | 2009                                   | 3                     | 92                   | 8,00                    | 5,50                                | 2,50                          | 2,10                | 0,40                 |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                  |  | <b>168</b>            | <b>2.833</b>         | <b>952,64</b>           | <b>756,93</b>                       | <b>195,71</b>                 | <b>124,14</b>       | <b>71,57</b>         |



RESUMEN DE DOP'S/IGP'S POR SECTORES AGROALIMENTARIOS (AÑO 2012)

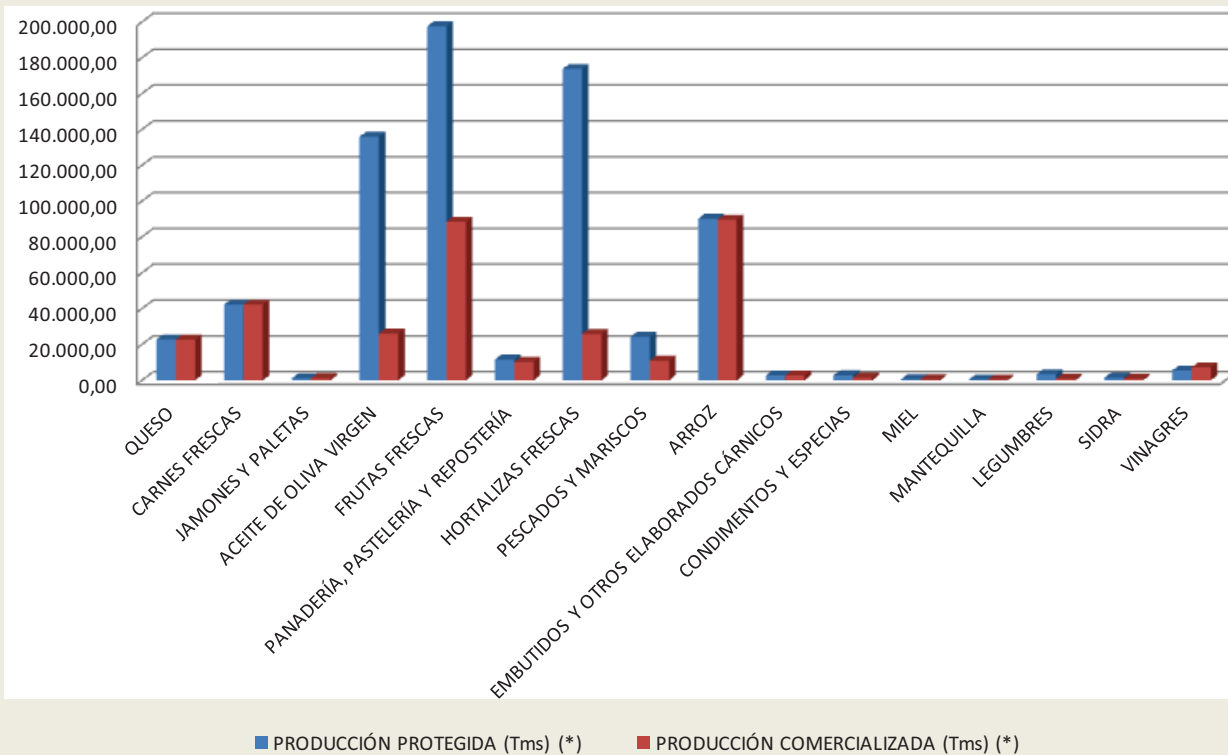
| SECTORES CON DOP'S/IGP'S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | PRODUCTOS DOP'S/IGP'S (Producción para Mercado Interior) |                                     |                                 | PRODUCTOS HOMÓLOGOS CONVENCIONALES (Producción para Mercado Interior) |                                |                                 |                       |                                |
|---|--|-------------------------------------|---------------------------------|---|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------|--------------------------------|
|   | PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tms) (*)                           | PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tms) (*) | Producción Comercializada (Tms) | Valor Económico (M.€)   | Precio Unitario Teórico (€/Kg) | Producción Comercializada (Tms) | Valor Económico (M.€) | Precio Unitario Teórico (€/Kg) |
| 1. QUESO  | 22.800,00  | 22.730,00                           | 15.621,6                        | 136,62  | 8,75                           | 373.323,0                       | 2.667,50              | 7,15                           |
| 2. CARNES FRESCAS                                       | 42.240,00  | 42.240,00                           | 42.242,9                        | 200,35  | 4,74                           | 1.855.000,0                     | 6.492,50              | 3,50                           |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                    | 1.154,30   | 1.260,60                            | 8.746,0                         | 105,75  | 12,09                          | 247.500,0                       | 945,50                | 3,82                           |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                               | 136.000,00   | 26.100,00                           | 19.680,0                        | 78,80   | 4,00                           | 426.141,0                       | 1.261,10              | 2,96                           |
| 5. FRUTAS FRESCAS                                       | 197.620,00   | 88.560,00                           | 40.364,7                        | 48,22   | 1,19                           | 4.923.000,0                     | 5.169,00              | 1,05                           |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                   | 11.680,00  | 10.310,00                           | 9.425,6                         | 59,75   | 6,34                           | 2.330.000,0                     | 6.759,00              | 2,90                           |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                   | 173.840,00   | 25.900,00                           | 19.320,0                        | 40,78   | 2,11                           | 4.221.900,0                     | 7.116,00              | 1,69                           |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                  | 24.280,00  | 10.990,00                           | 10.308,0                        | 18,52   | 1,80                           | 1.027.119,0                     | 7.272,00              | 7,08                           |
| 9. ARROZ  | 90.220,00  | 89.700,00                           | 14.902,0                        | 24,14   | 1,62                           | 187.000,0                       | 261,00                | 1,40                           |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS               | 2.760,00   | 2.720,00                            | 2.611,3                         | 19,97   | 7,65                           | 320.000,0                       | 2.179,00              | 6,81                           |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                              | 2.850,00   | 1.480,00                            | 1.368,3                         | 6,07  | 4,44                           | 124.724,0                       | 158,00                | 1,27                           |
| 12. MIEL  | 750,00   | 600,00                              | 602,8                           | 5,04  | 8,36                           | 33.000,0                        | 122,60                | 3,72                           |
| 13. MANTEQUILLA   | 490,00   | 460,00                              | 463,5                           | 2,95  | 6,36                           | 37.400,0                        | 215,00                | 5,75                           |
| 14. LEGUMBRES   | 3.460,00   | 870,00                              | 866,2                           | 2,67  | 3,08                           | 152.400,0                       | 255,50                | 1,68                           |
| 15. SIDRA   | 1.490,00   | 900,00                              | 880,0                           | 1,80  | 2,05                           | 14.182,0                        | 27,10                 | 1,91                           |
| 16. VINAGRES  | 5.490,00   | 7.280,00                            | 3.438,0                         | 5,50  | 1,60                           | 40.850,0                        | 58,63                 | 1,44                           |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS (**)</b>             | <b>715.970,00</b>  | <b>330.840,00</b>                   | <b>190.840,9</b>                | <b>756,93</b>   | <b>3,97</b>                    | <b>16.313.539,0</b>             | <b>40.959,43</b>      | <b>2,51</b>                    |

(\*\*) En el totalde producción protegida y comercializada no están incluidos los jamones y paletas, que se miden con otras unidades

(\*) Las unidades en Jamones y paletas son miles de piezas marcadas

**Nota: En Pescados y Mariscos hay que tener en cuenta que se trata de gamas de productos muy distintas (en productos DOP/IGP respecto a productos convencionales)**

PRODUCCIÓN PROTEGIDA / PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Toneladas)

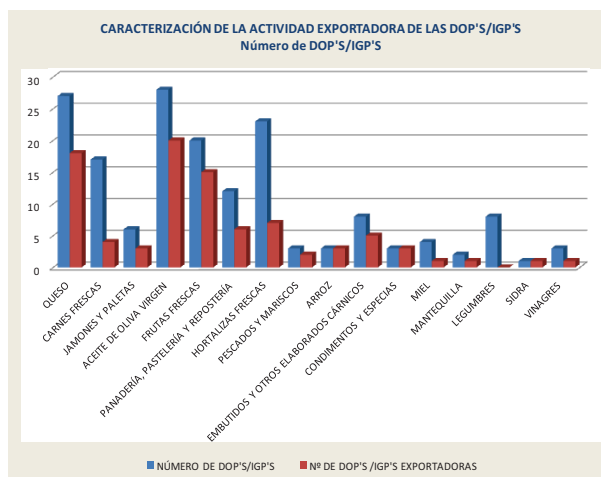
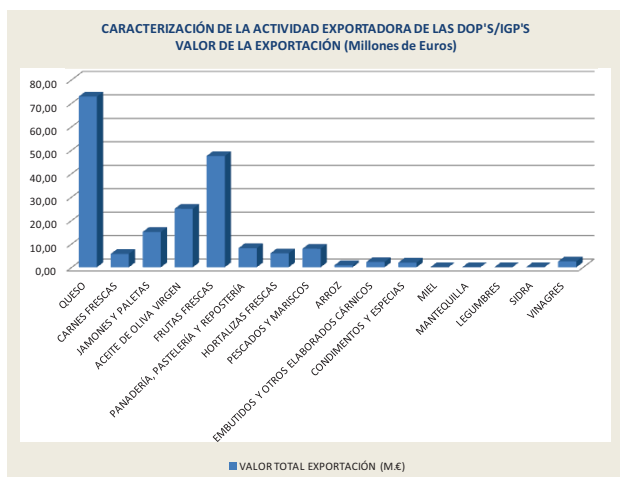


(\*) Jamones y paletas: Nº de piezas



## CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LAS DOP'S/IGP'S

| SECTORES CON DOP'S/IGP'S<br>(ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | NÚMERO DE<br>DOP'S/IGP'S | EXPORTACIONES                       |               |              | Nº DE DOP'S<br>/IGP'S<br>EXPORTADORAS |
|--|--------------------------|-------------------------------------|---------------|--------------|---------------------------------------|
|  |                          | VALOR TOTAL<br>EXPORTACIÓN<br>(M.€) | UE            | EXTRA-UE     |                                       |
| 1. QUESO   | 27                       | 72,80                               | 30,32         | 42,48        | 18                                    |
| 2. CARNES FRESCAS  | 17                       | 5,71                                | 5,71          | 0,00         | 4                                     |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                       | 6                        | 15,07                               | 10,78         | 4,29         | 3                                     |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                                  | 28                       | 24,95                               | 15,72         | 9,23         | 20                                    |
| 5. FRUTAS FRESCAS  | 20                       | 47,45                               | 42,57         | 4,88         | 15                                    |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                      | 12                       | 8,15                                | 1,49          | 6,66         | 6                                     |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                      | 23                       | 5,95                                | 5,89          | 0,06         | 7                                     |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                     | 3                        | 7,90                                | 6,59          | 1,31         | 2                                     |
| 9. ARROZ   | 3                        | 0,86                                | 0,23          | 0,63         | 3                                     |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS                  | 8                        | 2,26                                | 1,47          | 0,79         | 5                                     |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                                 | 3                        | 2,00                                | 1,26          | 0,74         | 3                                     |
| 12. MIEL   | 4                        | 0,01                                | 0,00          | 0,01         | 1                                     |
| 13. MANTEQUILLA  | 2                        | 0,05                                | 0,00          | 0,05         | 1                                     |
| 14. LEGUMBRES  | 8                        | 0,00                                | 0,00          | 0,00         | 0                                     |
| 15. SIDRA  | 1                        | 0,05                                | 0,01          | 0,04         | 1                                     |
| 16. VINAGRES   | 3                        | 2,50                                | 2,10          | 0,40         | 1                                     |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                     | <b>168</b>               | <b>195,71</b>                       | <b>124,14</b> | <b>71,57</b> | <b>90</b>                             |



## COMPARACIÓN DOP'S/IGP'S / PRODUCTOS CONVENCIONALES

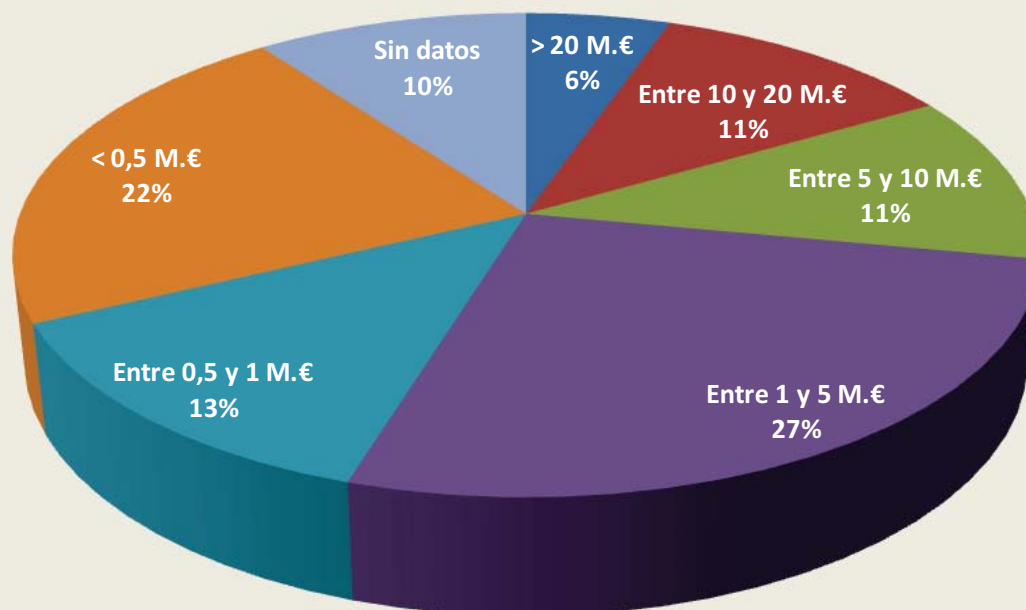
| SECTORES CON DOP'S/IGP'S<br>(ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | PRODUCTOS DOP'S/IGP'S (Producción para Mercado Interior) |                       |                                | CONVENCIONALES (Producción para Mercado Interior) |                       |                                |
|--|--|-----------------------|--------------------------------|---|-----------------------|--------------------------------|
|  | Producción Comercializada (Tms)                          | Valor Económico (M.€) | Precio Unitario Teórico (€/Kg) | Producción Comercializada (Tms)                   | Valor Económico (M.€) | Precio Unitario Teórico (€/Kg) |
| 1. QUESO   | 15.621,6   | 136,62                | 8,75                           | 373.323,0   | 2.667,50              | 7,15                           |
| 2. CARNES FRESCAS  | 42.242,9   | 200,35                | 4,74                           | 1.855.000,0                                       | 6.492,50              | 3,50                           |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                       | 8.746,0  | 105,75                | 12,09                          | 247.500,0   | 945,50                | 3,82                           |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                                  | 19.680,0   | 78,80                 | 4,00                           | 426.141,0   | 1.261,10              | 2,96                           |
| 5. FRUTAS FRESCAS  | 40.364,7   | 48,22                 | 1,19                           | 4.923.000,0                                       | 5.169,00              | 1,05                           |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                      | 9.425,6  | 59,75                 | 6,34                           | 2.330.000,0                                       | 6.759,00              | 2,90                           |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                      | 19.320,0   | 40,78                 | 2,11                           | 4.221.900,0                                       | 7.116,00              | 1,69                           |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                     | 10.308,0   | 18,52                 | 1,80                           | 1.027.119,0                                       | 7.272,00              | 7,08                           |
| 9. ARROZ   | 14.902,0   | 24,14                 | 1,62                           | 187.000,0   | 261,00                | 1,40                           |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS                  | 2.611,3  | 19,97                 | 7,65                           | 320.000,0   | 2.179,00              | 6,81                           |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                                 | 1.368,3  | 6,07                  | 4,44                           | 124.724,0   | 158,00                | 1,27                           |
| 12. MIEL   | 602,8  | 5,04                  | 8,36                           | 33.000,0  | 122,60                | 3,72                           |
| 13. MANTEQUILLA  | 463,5  | 2,95                  | 6,36                           | 37.400,0  | 215,00                | 5,75                           |
| 14. LEGUMBRES  | 866,2  | 2,67                  | 3,08                           | 152.400,0   | 255,50                | 1,68                           |
| 15. SIDRA  | 880,0  | 1,80                  | 2,05                           | 14.182,0  | 27,10                 | 1,91                           |
| 16. VINAGRES   | 3.438,0  | 5,50                  | 1,60                           | 40.850,0  | 58,63                 | 1,44                           |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                     | <b>190.840,9</b>   | <b>756,93</b>         | <b>3,97</b>                    | <b>16.313.539,0</b>                               | <b>40.959,43</b>      | <b>2,51</b>                    |

**Nota: En Pescados y Mariscos hay que tener en cuenta que se trata de gamas de productos muy distintas (En productos DOP/IGP respecto a productos convencionales)**

ESTRUCTURA DE DOP'S/IGP'S SEGÚN DIMENSIÓN (FACTURACIÓN EN MILLONES DE EUROS -2012-)

| SECTORES CON DOP'S/IGP'S<br>(ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | NÚMERO DE<br>DOP'S/IGP'S | > 20 M.€ | Entre 10 y 20<br>M.€ | Entre 5 y 10<br>M.€ | Entre 1 y 5<br>M.€ | Entre 0,5 y 1<br>M.€ | < 0,5 M.€ | Sin datos |
|--|--------------------------|----------|----------------------|---------------------|--------------------|----------------------|-----------|-----------|
| 1. QUESO   | 27                       | 2        | 3                    |                     | 13                 | 3                    | 5         | 1         |
| 2. CARNES FRESCAS  | 17                       | 2        | 4                    | 4                   | 4                  |                      | 2         | 1         |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                       | 6                        | 2        | 2                    | 1                   | 1                  |                      |           |           |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                                  | 28                       |          | 6                    | 2                   | 7                  | 4                    | 6         | 3         |
| 5. FRUTAS FRESCAS  | 20                       | 1        | 1                    | 5                   | 6                  | 2                    | 3         | 2         |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                      | 12                       | 2        |                      | 2                   | 1                  | 4                    | 3         |           |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                      | 23                       |          | 1                    | 2                   | 5                  | 4                    | 8         | 3         |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                     | 3                        |          | 1                    | 1                   | 1                  |                      |           |           |
| 9. ARROZ   | 3                        |          |                      |                     |                    |                      |           | 3         |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS                  | 8                        |          | 1                    | 1                   | 2                  |                      | 3         | 1         |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                                 | 3                        |          |                      |                     |                    |                      |           | 3         |
| 12. MIEL   | 4                        |          |                      |                     | 2                  | 1                    | 1         |           |
| 13. MANTEQUILLA  | 2                        |          |                      |                     | 1                  | 1                    |           |           |
| 14. LEGUMBRES  | 8                        |          |                      |                     |                    | 2                    | 6         |           |
| 15. SIDRA  | 1                        |          |                      |                     | 1                  |                      |           |           |
| 16. VINAGRES   | 3                        |          |                      | 1                   | 1                  | 1                    |           |           |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                     | <b>168</b>               | <b>9</b> | <b>19</b>            | <b>19</b>           | <b>45</b>          | <b>22</b>            | <b>37</b> | <b>17</b> |

ESTRUCTURA DE DOP'S/IGP'S SEGÚN DIMENSIÓN POR FACTURACIÓN  
(Millones de Euros - Año 2012-)



## LAS 20 MAYORES DOP'S/IGP'S (POR FACTURACIÓN)

| SECTOR                                   | FACTURACIÓN EXPORTACIÓN |               | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN / INDUSTRIA |             | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|-------------------------|---------------|------------------|-------------------------|-------------|----------------------------|
|  | (M.€)                   | (M.€)         |                  | (M.€)                   | (M.€)       |                            |
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>                    |                         |               |                  |                         |             |                            |
| 1. QUESO MANCHEGO                        | 111,34                  | 62,40         | 68               | 1,64                    | 0,92        | 56,04%                     |
| 2. TERNERA DE GALICIA                    | 83,39                   | 1,62          | 71               | 1,17                    | 0,02        | 1,94%                      |
| 3. JAMÓN DE GUIJUELO                     | 57,60                   | 11,50         | 70               | 0,82                    | 0,16        | 19,97%                     |
| 4. TERNERA ASTURIANA                     | 25,90                   | 0,00          | 27               | 0,96                    | 0,00        | 0,00%                      |
| 5. KAKI RIBERA XUQUER                    | 24,87                   | 19,03         | 17               | 1,46                    | 1,12        | 76,52%                     |
| <b>TOTAL 5 PRIMERAS</b>                  | <b>303,10</b>           | <b>94,55</b>  | <b>253</b>       | <b>1,20</b>             | <b>0,37</b> | <b>31,19%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S                        | 952,64                  | 195,71        | 2.833            | 0,34                    | 0,07        | 20,54%                     |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S</b>  | <b>31,82%</b>           | <b>48,31%</b> | <b>8,93%</b>     |                         |             |                            |
| <b>LAS 15 SIGUIENTES</b>                 |                         |               |                  |                         |             |                            |
| 6. TURRÓN DE JIJONA                      | 24,19                   | 2,21          | 41               | 0,59                    | 0,05        | 9,14%                      |
| 7. TURRÓN DE AJCANTE                     | 24,01                   | 5,30          | 41               | 0,59                    | 0,13        | 22,07%                     |
| 8. JAMÓN DE TERUEL                       | 23,80                   | 0,00          | 39               | 0,61                    | 0,00        | 0,00%                      |
| 9. QUESO ULLOA-ARZÚA                     | 21,53                   | 0,05          | 24               | 0,90                    | 0,00        | 0,23%                      |
| 10. QUESO IDIAZÁBAL                      | 19,03                   | 1,93          | 125              | 0,15                    | 0,02        | 10,14%                     |
| 11. TERNASCO DE ARAGÓN                   | 16,24                   | 0,04          | 5                | 3,25                    | 0,01        | 0,25%                      |
| 12. ESPÁRRAGO DE NAVARRA                 | 14,72                   | 1,12          | 30               | 0,49                    | 0,04        | 7,61%                      |
| 13. ACEITE DE PRIEGO                     | 14,66                   | 4,69          | 15               | 0,98                    | 0,31        | 31,99%                     |
| 14. JAMÓN DE HUELVA                      | 14,60                   | 0,00          | 38               | 0,38                    | 0,00        | 0,00%                      |
| 15. JAMÓN DEHESA DE EXTREMADURA          | 14,40                   | 2,10          | 94               | 0,15                    | 0,02        | 14,58%                     |
| 16. LECHAZO CASTILLA Y LEÓN              | 14,33                   | 0,00          | 38               | 0,38                    | 0,00        | 0,00%                      |
| 17. ACEITE SIURANA                       | 14,01                   | 2,22          | 36               | 0,39                    | 0,06        | 15,85%                     |
| 18. QUESO MAHÓN-MENORCA                  | 13,41                   | 1,10          | 39               | 0,34                    | 0,03        | 8,20%                      |
| 19. ACEITE SIERRA DE CAZORLA             | 13,28                   | 1,49          | 12               | 1,11                    | 0,12        | 11,22%                     |
| 20. CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO       | 13,06                   | 0,00          | 10               | 1,31                    | 0,00        | 0,00%                      |
| <b>TOTAL 20 PRIMERAS</b>                 | <b>558,37</b>           | <b>116,80</b> | <b>840,00</b>    | <b>0,66</b>             | <b>0,14</b> | <b>20,92%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S                        | 952,64                  | 195,71        | 2.833            | 0,34                    | 0,07        | 20,54%                     |
| <b>% 20 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S</b> | <b>58,61%</b>           | <b>59,68%</b> | <b>29,65%</b>    |                         |             |                            |

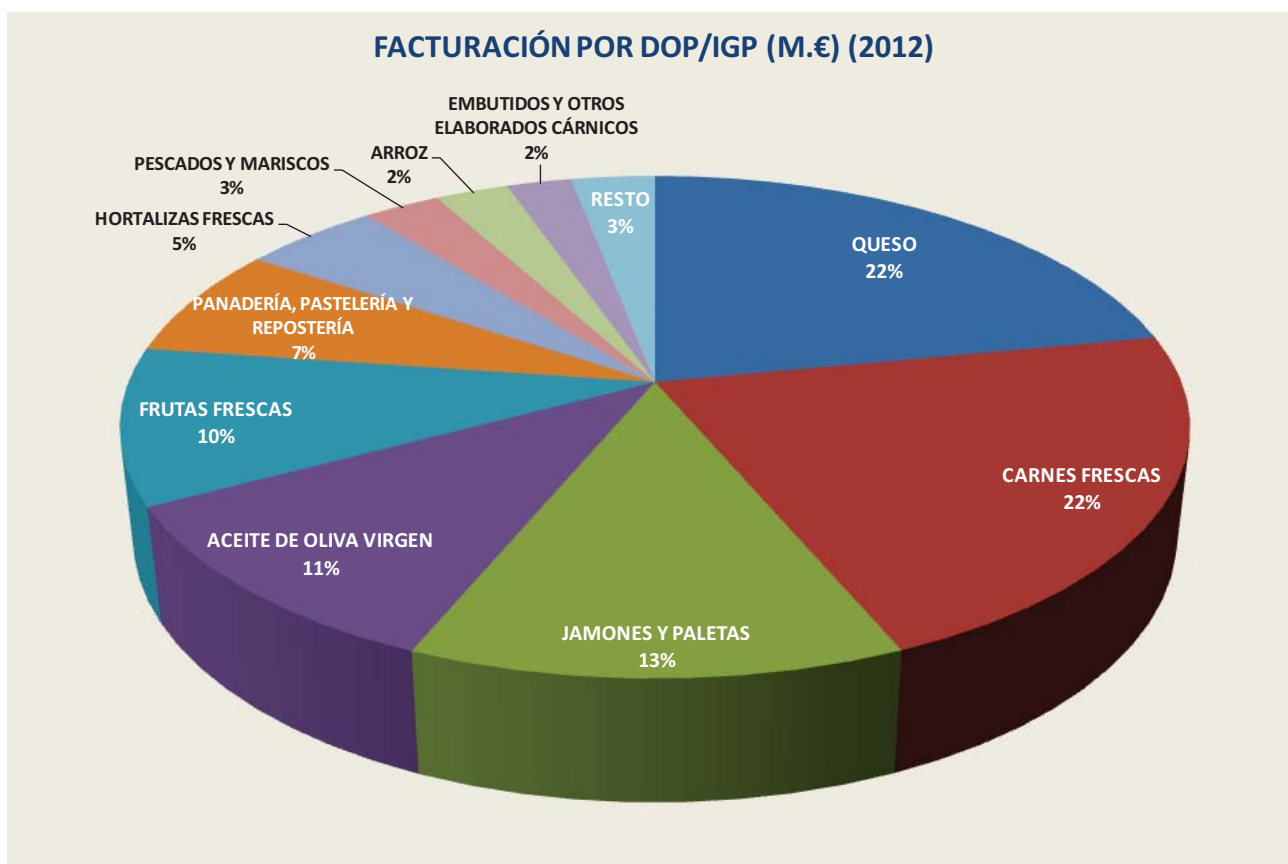
### RATIOS INDICATIVOS DE COMPETITIVIDAD DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

| SECTORES CON DOP'S/IGP'S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP | FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€) | FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€) | COMERCIALIZADO S/PROTEGIDO (%) | DOP/IGP S/PRODUCCIÓN CONVENCIONAL (Volumen) | DOP/IGP S/PRODUCCIÓN CONVENCIONAL (Valor) | VALUE PREMIUM (M.€) | DOP'S/IGP'S > 5 M.€ DE FACTURACIÓN | FACTURACIÓN (%) | DOP'S/IGP'S 5 PRIMERAS DOP'S/IGP'S S/FACTURACIÓN |
|---|---------------------------|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---|---|---------------------|------------------------------------|-----------------|--|
|   |                           |                               |                                 |                                |   |   |                     |                                    |                 |  |
| 1. QUESO  | 518                       | 209,42                        | 0,40                            | 99,69%                         | 4,18%                                       | 5,12%                                     | 25,00               | 18,52%                             | 11,69%          |  |
| 2. CARNES FRESCAS                                       | 233                       | 206,06                        | 0,88                            | 100,00%                        | 2,28%                                       | 3,09%                                     | 52,50               | 58,82%                             | 11,47%          |  |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                    | 266                       | 120,82                        | 0,45                            | 109,21%                        | 3,53%                                       | 11,18%                                    | 72,34               | 83,33%                             | 6,05%           |  |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                               | 376                       | 103,75                        | 0,28                            | 19,19%                         | 4,62%                                       | 6,25%                                     | 20,56               | 28,57%                             | 0,00%           |  |
| 5. FRUTAS FRESCAS                                       | 223                       | 95,67                         | 0,43                            | 44,81%                         | 0,82%                                       | 0,93%                                     | 5,84                | 35,00%                             | 2,61%           |  |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                   | 192                       | 67,90                         | 0,35                            | 88,27%                         | 0,40%                                       | 0,88%                                     | 32,41               | 33,33%                             | 0,00%           |  |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                   | 152                       | 46,73                         | 0,31                            | 14,90%                         | 0,46%                                       | 0,57%                                     | 8,22                | 13,04%                             | 0,00%           |  |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                  | 29                        | 26,42                         | 0,91                            | 45,26%                         |   |   |                     | 66,67%                             | 0,00%           |  |
| 9. ARROZ  | 109                       | 25,00                         | 0,23                            | 99,42%                         | 7,97%                                       | 9,25%                                     | 3,34                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS               | 85                        | 22,23                         | 0,26                            | 98,55%                         | 0,82%                                       | 0,92%                                     | 2,19                | 25,00%                             | 0,00%           |  |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                              | 35                        | 8,07                          | 0,23                            | 51,93%                         | 1,10%                                       | 3,84%                                     | 4,34                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 12. MIEL  | 181                       | 5,05                          | 0,03                            | 80,00%                         | 1,83%                                       | 4,11%                                     | 2,80                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 13. MANTEQUILLA   | 2                         | 3,00                          | 1,50                            | 93,88%                         | 1,24%                                       | 1,37%                                     | 0,29                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 14. LEGUMBRES   | 315                       | 2,67                          | 0,01                            | 25,14%                         | 0,57%                                       | 1,05%                                     | 1,22                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 15. SIDRA   | 25                        | 1,85                          | 0,07                            | 60,40%                         | 6,21%                                       | 6,64%                                     | 0,12                | 0,00%                              | 0,00%           |  |
| 16. VINAGRES  | 92                        | 8,00                          | 0,09                            | 132,60%                        | 8,42%                                       | 9,38%                                     | 0,57                | 33,33%                             | 0,00%           |  |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                  | <b>2.833</b>              | <b>952,64</b>                 | <b>0,34</b>                     | <b>46,21%</b>                  | <b>1,17%</b>                                | <b>1,85%</b>                              | <b>27,98%</b>       | <b>31,82%</b>                      |                 |  |

**Nota: En Pescados y Mariscos hay que tener en cuenta que se trata de gamas de productos muy distintas (en productos DOP/IGP respecto a productos convencionales)**

## RATIOS INDICATIVOS DE COMPETITIVIDAD DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

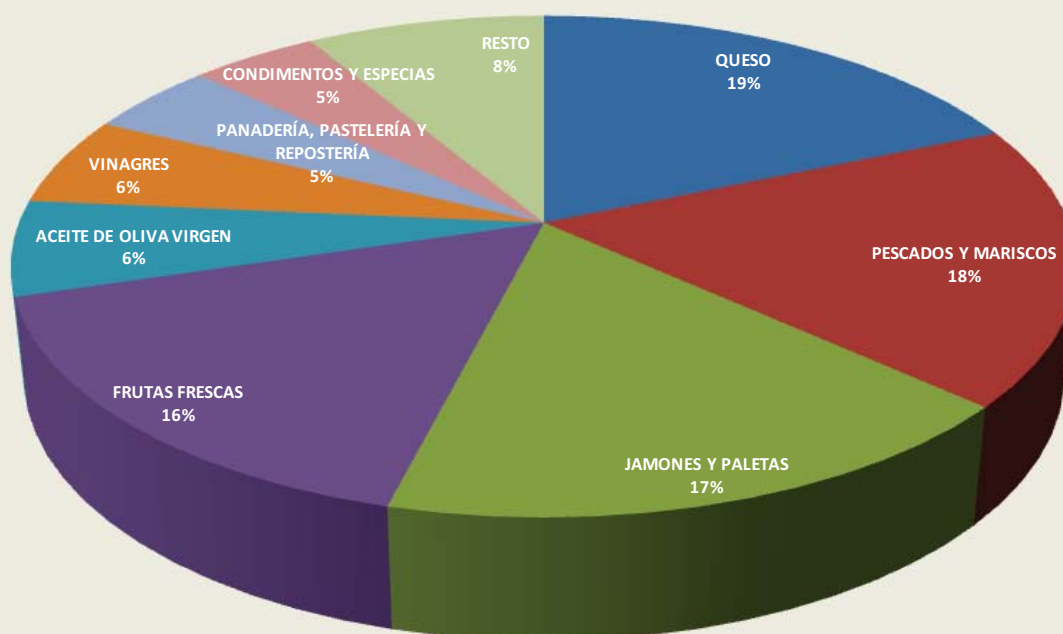
| SECTORES CON DOP'S/IGP'S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€) (2012) | FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€) (2000) | FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€) (1992) | TENDENCIA FACTURACIÓN Δ 2012/1992 | TENDENCIA FACTURACIÓN Δ 2012/2000 |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. QUESO  | 209,42                               | 91,33                                | 36,48                                | 474,07%                           | 129,30%                           |
| 2. CARNES FRESCAS                                       | 206,06                               | 75,10                                | 2,00                                 | 10203,00%                         | 174,38%                           |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                    | 120,82                               | 49,33                                | 14,30                                | 744,90%                           | 144,92%                           |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                               | 103,75                               | 49,14                                | 12,50                                | 730,00%                           | 111,13%                           |
| 5. FRUTAS FRESCAS                                       | 95,67                                | 72,09                                | 17,20                                | 456,22%                           | 32,71%                            |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                   | 67,90                                | 65,45                                | 45,30                                | 49,89%                            | 3,74%                             |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                   | 46,73                                | 32,81                                | 5,93                                 | 688,03%                           | 42,43%                            |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                  | 26,42                                |                                      |                                      |                                   |                                   |
| 9. ARROZ  | 25,00                                | 9,41                                 | 0,40                                 | 6150,00%                          | 165,67%                           |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS               | 22,23                                | 14,10                                | 9,00                                 | 147,00%                           | 57,66%                            |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                              | 8,07                                 |                                      |                                      |                                   |                                   |
| 12. MIEL  | 5,05                                 |                                      |                                      |                                   |                                   |
| 13. MANTEQUILLA   | 3,00                                 |                                      |                                      |                                   |                                   |
| 14. LEGUMBRES   | 2,67                                 | 1,17                                 | 0,10                                 | 2570,00%                          | 128,21%                           |
| 15. SIDRA   | 1,85                                 |                                      |                                      |                                   |                                   |
| 16. VINAGRES  | 8,00                                 |                                      |                                      |                                   |                                   |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                  | <b>952,64</b>                        |                                      |                                      |                                   |                                   |



## RATIOS INDICATIVOS DE COMPETITIVIDAD DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

| SECTORES CON DOP'S/IGP'S (ORDENACIÓN SEGÚN FACTURACIÓN) | EXPORTACIÓN POR DOP/IGP (M.€) | EXPORTACIÓN POR INDUSTRIA (M.€) | (%) EXPORTACIÓN SOBRE FACTURACIÓN | (%) DE DOP'S/IGP'S EXPORTADORAS S/Nº TOTAL DE DOP'S/IGP'S | (%) EXPORTACIÓN A UE | (%) EXPORTACIÓN EXTRA-UE |
|---|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|----------------------|--------------------------|
| 1. QUESO  | 2,70                          | 0,14                            | 34,76%                            | 66,67%  | 41,65%               | 58,35%                   |
| 2. CARNES FRESCAS                                       | 0,34                          | 0,02                            | 2,77%                             | 23,53%  | 100,00%              | 0,00%                    |
| 3. JAMONES Y PALETAS                                    | 2,51                          | 0,06                            | 12,47%                            | 50,00%  | 71,53%               | 28,47%                   |
| 4. ACEITE DE OLIVA VIRGEN                               | 0,89                          | 0,07                            | 24,05%                            | 71,43%  | 63,01%               | 36,99%                   |
| 5. FRUTAS FRESCAS                                       | 2,37                          | 0,21                            | 49,60%                            | 75,00%  | 89,72%               | 10,28%                   |
| 6. PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA                   | 0,68                          | 0,04                            | 12,00%                            | 50,00%  | 18,28%               | 81,72%                   |
| 7. HORTALIZAS FRESCAS                                   | 0,26                          | 0,04                            | 12,73%                            | 30,43%  | 98,99%               | 1,01%                    |
| 8. PESCADOS Y MARISCOS                                  | 2,63                          | 0,27                            | 29,90%                            | 66,67%  | 83,42%               | 16,58%                   |
| 9. ARROZ  | 0,29                          | 0,01                            | 3,44%                             | 100,00%   | 26,74%               | 73,26%                   |
| 10. EMBUTIDOS Y OTROS ELABORADOS CÁRNICOS               | 0,28                          | 0,03                            | 10,17%                            | 62,50%  | 65,04%               | 34,96%                   |
| 11. CONDIMENTOS Y ESPECIAS                              | 0,67                          | 0,06                            | 24,78%                            | 100,00%   | 63,00%               | 37,00%                   |
| 12. MIEL  | 0,00                          | 0,00                            | 0,20%                             | 25,00%  | 0,00%                | 100,00%                  |
| 13. MANTEQUILLA   | 0,03                          | 0,03                            | 1,67%                             | 50,00%  | 0,00%                | 100,00%                  |
| 14. LEGUMBRES   | 0,00                          | 0,00                            | 0,00%                             | 0,00%   |                      |                          |
| 15. SIDRA   | 0,05                          | 0,00                            | 2,70%                             | 100,00%   | 20,00%               | 80,00%                   |
| 16. VINAGRES  | 0,83                          | 0,03                            | 31,25%                            | 33,33%  | 84,00%               | 16,00%                   |
| <b>TOTAL SECTORES AGROALIMENTARIOS</b>                  | <b>1,16</b>                   | <b>0,07</b>                     | <b>20,54%</b>                     | <b>53,57%</b>   | <b>63,43%</b>        | <b>36,57%</b>            |

### EXPORTACIÓN POR DOP/IGP (M.€)

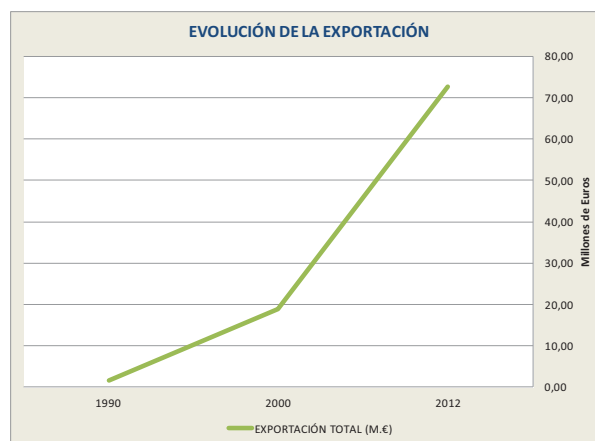
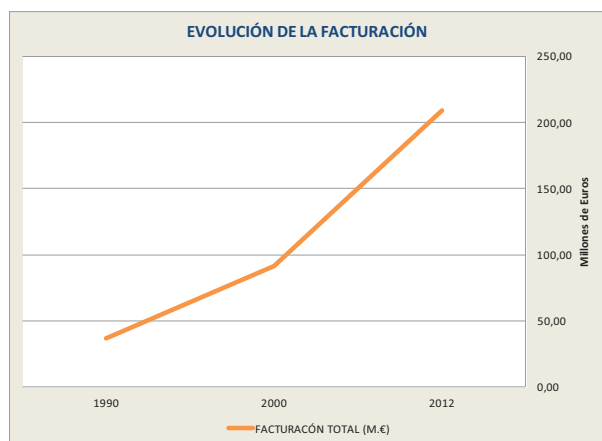
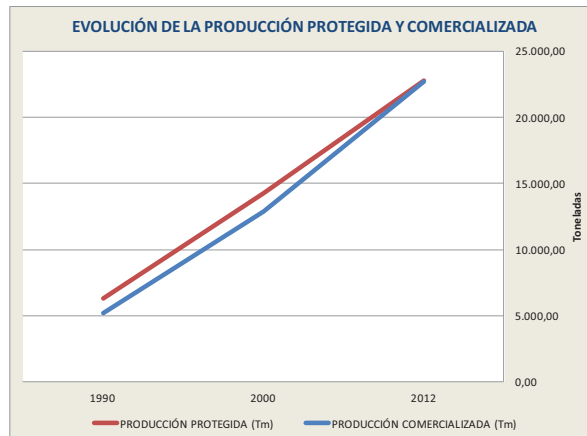
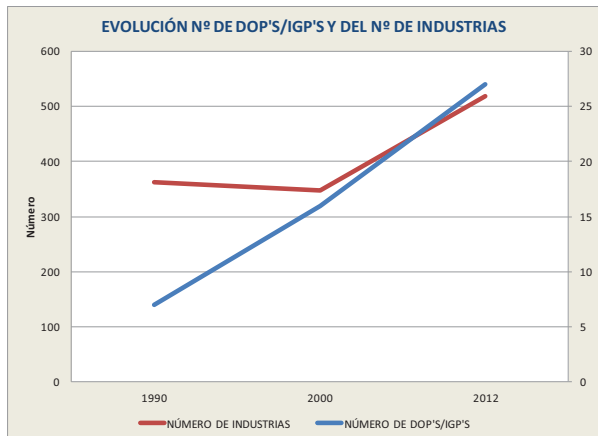


## **B. Información de carácter sectorial (Visión individualizada por sectores)**



## SECTOR: QUESO

|   | 2012      | 2000      | 1990     | Δ 2012/1990 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|---|-----------|-----------|----------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                               | 27        | 16        | 7        | 285,71%         | 68,75%          |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                | 518       | 348       | 362      | 43,09%          | 48,85%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                           | 22.800,00 | 14.270,00 | 6.310,00 | 261,33%         | 59,78%          |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                      | 22.730,00 | 12.910,00 | 5.210,00 | 336,28%         | 76,07%          |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                             | 209,42    | 91,33     | 36,48    | 474,07%         | 129,30%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                             | 72,80     | 18,85     | 1,61     | 4421,74%        | 286,21%         |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 19,19     | 21,75     | 51,71    |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 841,85    | 806,88    | 744,29   |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 99,69%    | 90,47%    | 82,57%   |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 7,76      | 5,71      | 5,21     |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,40      | 0,26      | 0,10     |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 34,76%    | 20,64%    | 4,41%    |                 |                 |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE QUESOS**

|   | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN |
|---|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------|
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>                                     |                  |                   |                   |                               |                              |                           |
| 1. MANCHEGO   | 68               | 111,34            | 62,40             | 1,64                          | 0,92                         | 56,04%                    |
| 2. ARZÚA-ULLOA  | 24               | 21,53             | 0,05              | 0,90                          | 0,00                         | 0,23%                     |
| 3. IDIÁZABAL  | 125              | 19,03             | 1,93              | 0,15                          | 0,02                         | 10,14%                    |
| 4. MAHÓN-MENORCA  | 39               | 13,41             | 1,10              | 0,34                          | 0,03                         | 8,20%                     |
| 5. TETILLA  | 39               | 10,65             | 0,10              | 0,27                          | 0,00                         | 0,94%                     |
| <b>Total 5 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>            | <b>295</b>       | <b>175,96</b>     | <b>65,58</b>      | <b>0,60</b>                   | <b>0,22</b>                  | <b>37,27%</b>             |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR                              | 518              | 209,42            | 72,80             | 0,40                          | 0,14                         | 34,76%                    |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>        | <b>56,95%</b>    | <b>84,02%</b>     | <b>90,08%</b>     |                               |                              |                           |
| <b>LAS 7 SIGUIENTES</b>                                   |                  |                   |                   |                               |                              |                           |
| 6. RONCAL   | 5                | 4,34              | 0,65              | 0,87                          | 0,13                         | 14,98%                    |
| 7. SAN SIMON D'ACOSTA                                     | 11               | 3,06              | 0,31              | 0,28                          | 0,03                         | 10,13%                    |
| 8. TORTA DE CASAR   | 11               | 4,21              | 0,27              | 0,38                          | 0,02                         | 6,41%                     |
| 9. CABRALES   | 30               | 3,24              | 0,49              | 0,11                          | 0,02                         | 15,12%                    |
| 10. MURCIA (2)  | 7                | 3,89              | 2,96              | 0,56                          | 0,42                         | 76,09%                    |
| 11. MAJORERO  | 24               | 2,55              | 0,00              | 0,11                          | 0,00                         | 0,00%                     |
| 12. ZAMORANO  | 10               | 2,34              | 0,21              | 0,23                          | 0,02                         | 8,97%                     |
| <b>Total 7 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>          | <b>98</b>        | <b>23,63</b>      | <b>4,89</b>       | <b>0,24</b>                   | <b>0,05</b>                  | <b>20,69%</b>             |
| <b>% 7 siguientes s S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>    | <b>18,92%</b>    | <b>11,28%</b>     | <b>6,72%</b>      |                               |                              |                           |
| <b>Total 12 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>           | <b>393</b>       | <b>199,59</b>     | <b>70,47</b>      | <b>0,51</b>                   | <b>0,18</b>                  | <b>35,31%</b>             |
| <b>% 12 primeras S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>       | <b>75,87%</b>    | <b>95,31%</b>     | <b>96,80%</b>     |                               |                              |                           |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                 | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>             |
| <b>% 12 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>13,87%</b>    | <b>20,95%</b>     | <b>36,01%</b>     |                               |                              |                           |

**13 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

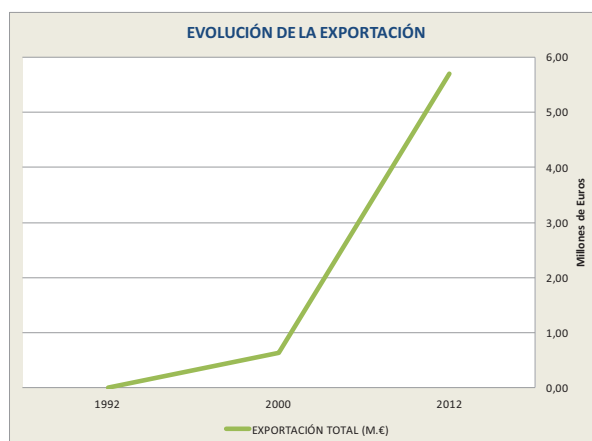
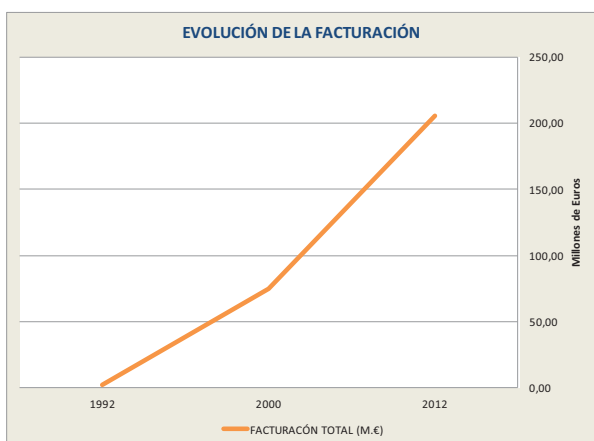
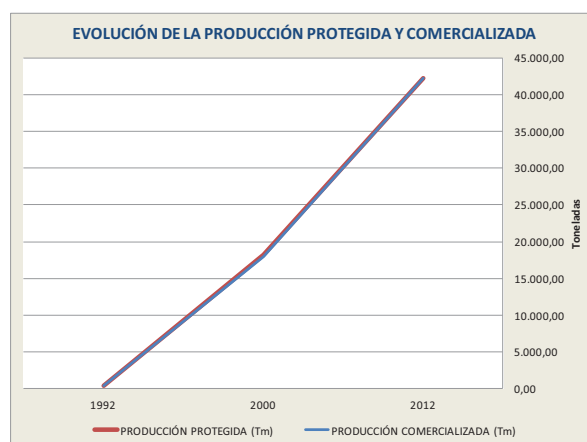
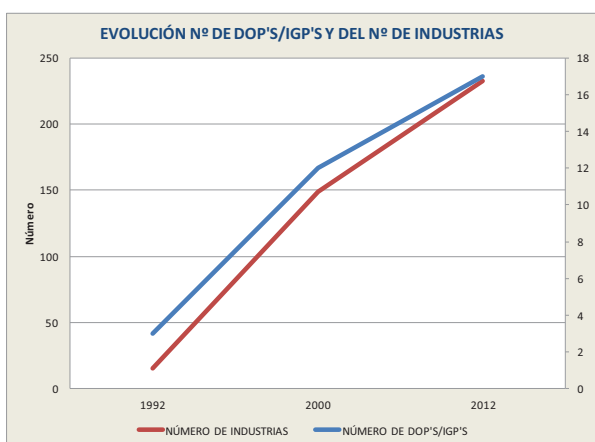
| Facturación entre 2 y 1 M.€ | Facturación entre 1 y 0,5 M.€ | Facturación < 0,5 M.€ |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| AFUEGA'L PITU               | IBORES                        | LIÉBANA               |
| GAMONEDO                    | NATA CANTABRIA                | BEJES TRESVISO        |
| ATL URGELL-CERDANYA         | PALMERO                       | CAMERANO              |
| LA SERENA                   |                               | GUIA                  |
| VADEON                      |                               | CEBREIRO              |
| (*) (Sin datos de CASIN)    |                               |                       |

## SECTOR: CARNE FRESCA

|                                | 2012      | 2000      | 1992   | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|--------------------------------|-----------|-----------|--------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S          | 17        | 12        | 3      | 466,67%         | 41,67%          |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS           | 233       | 149       | 15     | 1453,33%        | 56,38%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)      | 42.240,00 | 18.250,00 | 370,00 | 11316,22%       | 131,45%         |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm) | 42.240,00 | 17.910,00 | 370,00 | 11316,22%       | 135,85%         |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)        | 206,06    | 75,10     | 2,00   | 10203,00%       | 174,38%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)        | 5,71      | 0,63      | 0,00   |                 | 806,35%         |

|   |          |          |         |
|---|----------|----------|---------|
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 13,71    | 12,42    | 5,00    |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 2.484,71 | 1.492,50 | 123,33  |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 100,00%  | 98,14%   | 100,00% |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 12,12    | 6,26     | 0,67    |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,88     | 0,50     | 0,13    |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 2,77%    | 0,84%    | 0,00%   |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE CARNES FRESCAS**

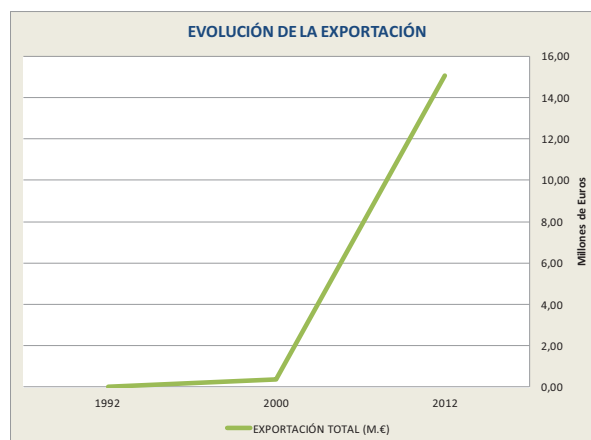
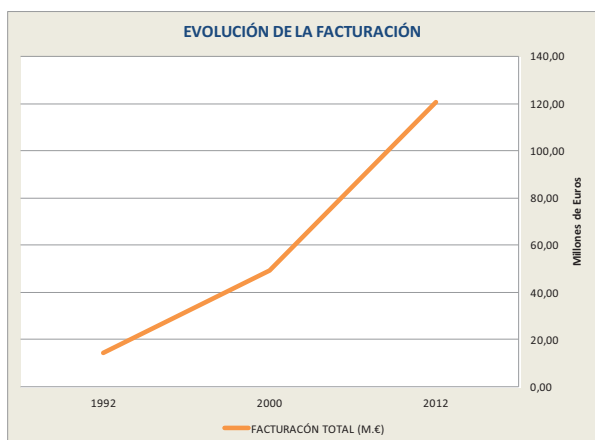
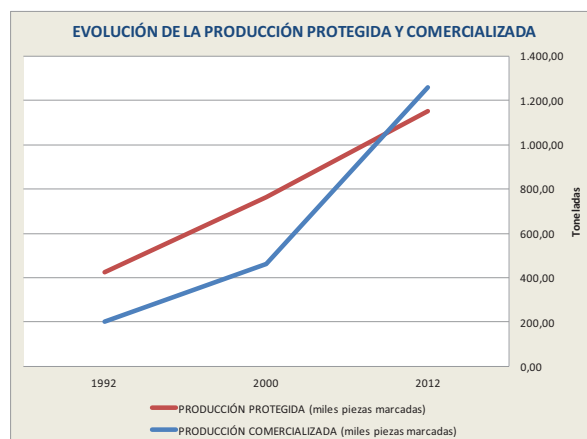
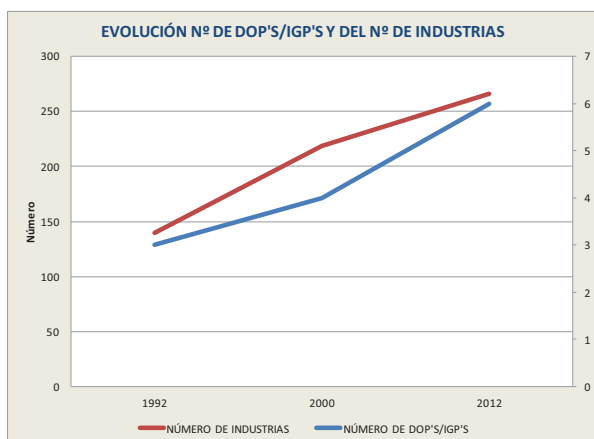
|   | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|---|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>                                     |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. TERNERA GALLEGA  | 71               | 83,39             | 1,62              | 1,17                          | 0,02                         | 1,94%                      |
| 2. TERNERA ASTURIANA                                      | 27               | 25,90             | 0,00              | 0,96                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 3. TERNASCO DE ARAGÓN                                     | 5                | 16,24             | 0,04              | 3,25                          | 0,01                         | 0,25%                      |
| 4. LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN                             | 38               | 14,33             | 0,00              | 0,38                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 5. CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO                         | 10               | 13,06             | 0,00              | 1,31                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>Total 5 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>            | <b>151</b>       | <b>152,92</b>     | <b>1,66</b>       | <b>1,01</b>                   | <b>0,01</b>                  | <b>1,09%</b>               |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR                              | 233              | 206,06            | 5,71              | 0,88                          | 0,02                         | 2,77%                      |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>        | <b>64,81%</b>    | <b>74,21%</b>     | <b>29,07%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>LAS 5 SIGUIENTES</b>                                   |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 6. CORDERO DE EXTREMADURA (CORDEREX)                      | 10               | 10,31             | 4,05              | 1,03                          | 0,41                         | 39,28%                     |
| 7. TERNERA DE LOS PIRINEOS                                | 5                | 9,95              | 0,00              | 1,99                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 8. TERNERA DE NAVARRA                                     | 7                | 9,56              | 0,00              | 1,37                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 9. CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA                       | 12               | 6,78              | 0,00              | 0,57                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 10. CARNE DE ÁVILA  | 20               | 5,26              | 0,00              | 0,26                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>Total 5 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>          | <b>54</b>        | <b>41,86</b>      | <b>4,05</b>       | <b>0,78</b>                   | <b>0,08</b>                  | <b>9,68%</b>               |
| <b>% 5 siguientes s/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>      |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL 10 PRIMERAS DOP'S/IGP'S DEL SECTOR</b>           | <b>205</b>       | <b>194,78</b>     | <b>5,71</b>       | <b>0,95</b>                   | <b>0,03</b>                  | <b>2,93%</b>               |
| <b>% 10 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>       | <b>87,98%</b>    | <b>94,53%</b>     | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                 | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% 10 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>7,24%</b>     | <b>20,45%</b>     | <b>2,92%</b>      |                               |                              |                            |

**6 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

|                                    | Facturación entre 2 y 1 M.€ | Facturación entre 1 y 0,5 M.€ | Facturación < 0,5 M.€ |
|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| TERNERA DE EXTREMADURA             |                             |                               | CORDERO MANCHEGO      |
| CORDERO DE NAVARRA                 |                             |                               | CAPÓN DEL PRAT        |
| CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA      |                             |                               |                       |
| CARNE DE CANTABRIA                 |                             |                               |                       |
| (*) (Sin datos de CORDERO SEGUERO) |                             |                               |                       |

## SECTOR: JAMONES Y PALETAS

|  | 2012     | 2000   | 1992   | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|--|----------|--------|--------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S  | 6        | 4      | 3      | 100,00%         | 50,00%          |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS   | 266      | 219    | 140    | 90,00%          | 21,46%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (miles piezas marcadas)                         | 1.154,30 | 763,00 | 425,30 | 171,41%         | 51,28%          |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (miles piezas marcadas)                    | 1.260,60 | 461,30 | 203,00 | 520,99%         | 173,27%         |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)  | 120,82   | 49,33  | 14,30  | 744,90%         | 144,92%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)  | 15,07    | 0,34   | 0,00   |                 | 4332,35%        |
| <b>Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP</b>                                     |          |        |        |                 |                 |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP  | 44,33    | 54,75  |        |                 |                 |
| <b>PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (miles piezas marcadas)</b> |          |        |        |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (miles piezas marcadas)        | 210,10   | 115,33 |        |                 |                 |
| <b>(%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA</b>           |          |        |        |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA                  | 109,21%  | 60,46% |        |                 |                 |
| <b>FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)</b>                                 |          |        |        |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)  | 20,14    | 12,33  |        |                 |                 |
| <b>FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)</b>                               |          |        |        |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                                      | 0,45     | 0,23   |        |                 |                 |
| <b>(%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN</b>                                   |          |        |        |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN  | 12,47%   | 0,69%  |        |                 |                 |

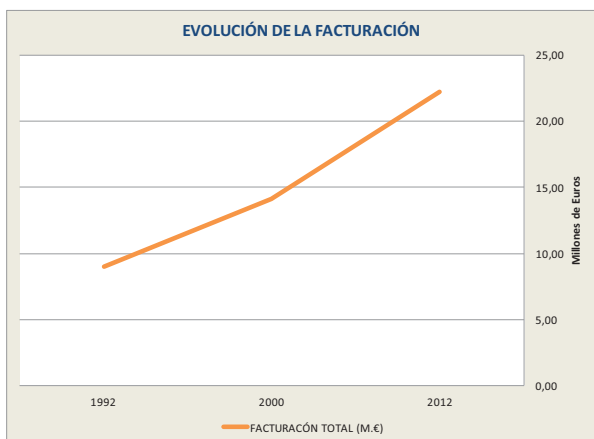
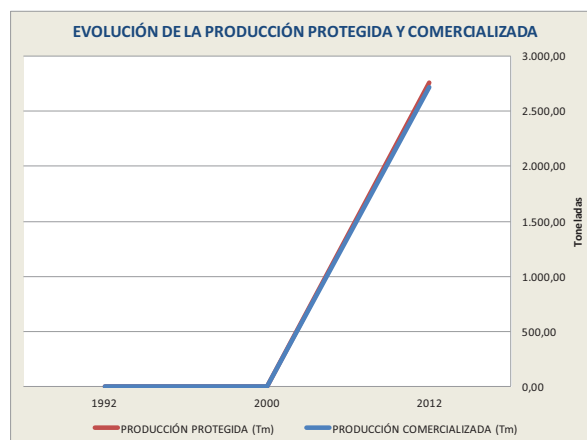
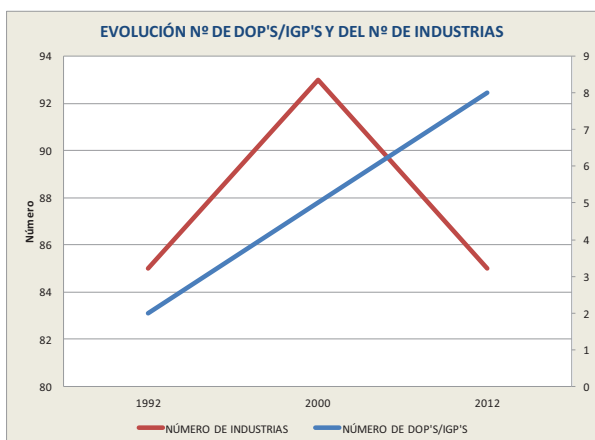


**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE JAMONES Y PALETAS**

|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| 1. GUIJUELO  | 70               | 57,65             | 11,50             | 0,82                          | 0,16                         | 19,95%                     |
| 2. JAMÓN DE TERUEL   | 39               | 23,80             | 0,00              | 0,61                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 3. JAMÓN DE HUELVA   | 38               | 14,65             | 0,00              | 0,39                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 4. DEHESA DE EXTREMADURA   | 94               | 14,40             | 2,10              | 0,15                          | 0,02                         | 14,58%                     |
| 5. JAMÓN DE TREVELEZ   | 7                | 8,02              | 1,47              | 1,15                          | 0,21                         | 18,33%                     |
| 6. LOS PEDROCHES   | 18               | 2,30              | 0,00              | 0,13                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR</b>                                  | <b>266</b>       | <b>120,82</b>     | <b>15,07</b>      | <b>0,45</b>                   | <b>0,06</b>                  | <b>12,47%</b>              |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                            | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% DOP'S/IGP'S del Sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>9,39%</b>     | <b>12,68%</b>     | <b>7,70%</b>      |                               |                              |                            |

## SECTOR: EMBUTIDOS Y ELABORADOS CÁRNICOS

|   | 2012     | 2000    | 1992    | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|---|----------|---------|---------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                               | 8        | 5       | 2       | 300,00%         | 60,00%          |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                | 85       | 93      | 85      | 0,00%           | -8,60%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                           | 2.760,00 | 3,24    | 2,93    | 94097,95%       | 85085,19%       |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                      | 2.720,00 | 3,24    | 2,93    | 92732,76%       | 83850,62%       |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                             | 22,23    | 14,10   | 9,00    | 147,00%         | 57,66%          |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                             | 2,26     | 0,30    | 0,00    |                 | 653,33%         |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 10,63    | 18,60   | 42,50   |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 340,00   | 0,65    | 1,47    |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 98,55%   | 100,00% | 100,00% |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 2,78     | 2,82    | 4,50    |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,26     | 0,15    | 0,11    |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 10,17%   | 2,13%   | 0,00%   |                 |                 |



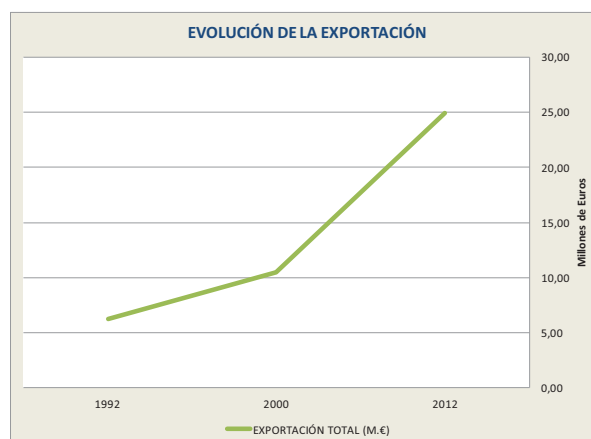
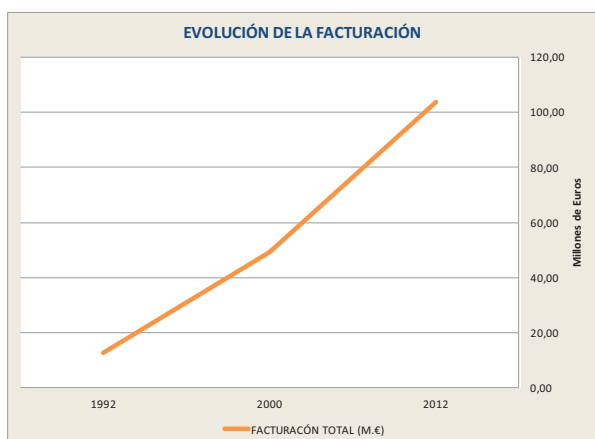
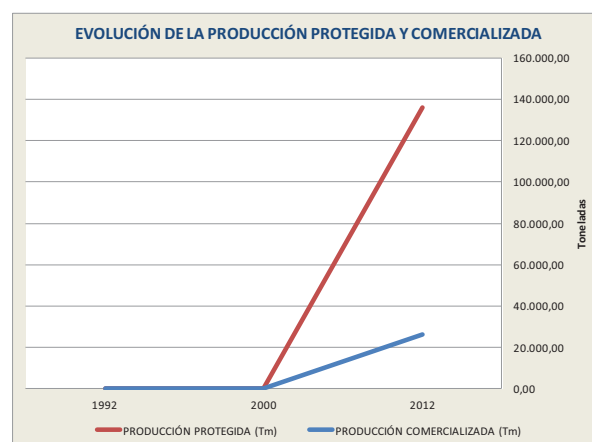
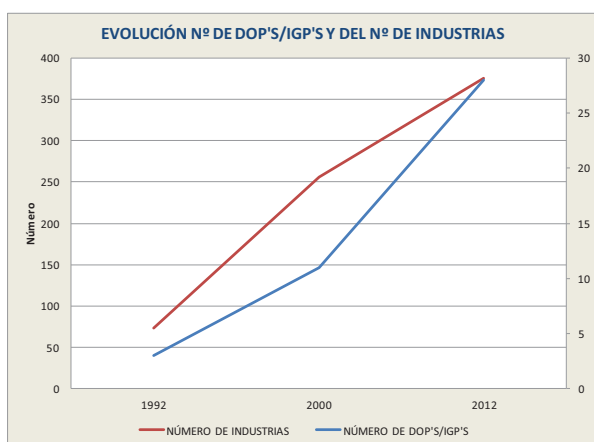
**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE EMBUTIDOS Y ELABORADOS CÁRNICOS**

|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 2 PRIMERAS</b>                                    |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. CECINA DE LECÓN                                       | 18               | 11,39             | 1,82              | 0,63                          | 0,10                         | 15,98%                     |
| 2. SOBRASADA DE MALLORCA                                 | 24               | 7,44              | 0,15              | 0,31                          | 0,01                         | 2,02%                      |
| <b>Total 2 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>           | <b>42</b>        | <b>18,83</b>      | <b>1,97</b>       | <b>0,45</b>                   | <b>0,05</b>                  | <b>10,46%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR                             | 85               | 22,23             | 2,26              | 0,26                          | 0,03                         | 10,17%                     |
| <b>% 2 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>       | <b>49,41%</b>    | <b>84,71%</b>     | <b>87,17%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>LAS 5 SIGUIENTES</b>                                  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 3. SALCHICHÓN DE VIC                                     | 8                | 1,56              | 0,24              | 0,20                          | 0,03                         | 15,38%                     |
| 4. BOTILLO DE EL BIERZO                                  | 7                | 1,35              | 0,01              | 0,19                          | 0,00                         | 0,74%                      |
| 5. CHORIZO DE CANTIMPALOS                                | 14               | 0,26              | 0,00              | 0,02                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 6. LACÓN GALLEGO   | 7                | 0,14              | 0,00              | 0,02                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 7. CHORIZO RIOJANO                                       | 7                | 0,09              | 0,04              | 0,01                          | 0,01                         | 44,44%                     |
| <b>Total 5 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>         | <b>43</b>        | <b>3,40</b>       | <b>0,29</b>       | <b>0,08</b>                   | <b>0,01</b>                  | <b>8,53%</b>               |
| <b>% 5 siguientes s S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>   | <b>50,59%</b>    | <b>15,29%</b>     | <b>12,83%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>Total 7 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>           | <b>85</b>        | <b>22,23</b>      | <b>2,26</b>       | <b>0,26</b>                   | <b>0,03</b>                  | <b>10,17%</b>              |
| <b>% 7 primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>       | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% 7 primeras S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>3,00%</b>     | <b>2,33%</b>      | <b>1,15%</b>      |                               |                              |                            |



## SECTOR: ACEITE DE OLIVA VIRGEN

|   | 2012       | 2000   | 1992   | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|---|------------|--------|--------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                               | 28         | 11     | 3      | 833,33%         | 154,55%         |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                | 376        | 256    | 73     | 415,07%         | 46,88%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                           | 136.000,00 | 26,20  | 5,20   | 2615284,62%     | 518983,97%      |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                      | 26.100,00  | 14,70  | 3,30   | 790809,09%      | 177451,02%      |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                             | 103,75     | 49,14  | 12,50  | 730,00%         | 111,13%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                             | 24,95      | 10,44  | 6,20   | 302,42%         | 138,98%         |
|   |            |        |        |                 |                 |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 13,43      | 23,27  | 24,33  |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 932,14     | 1,34   | 1,10   |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 19,19%     | 56,11% | 63,46% |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 3,71       | 4,47   | 4,17   |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,28       | 0,19   | 0,17   |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 24,05%     | 21,25% | 49,60% |                 |                 |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN**

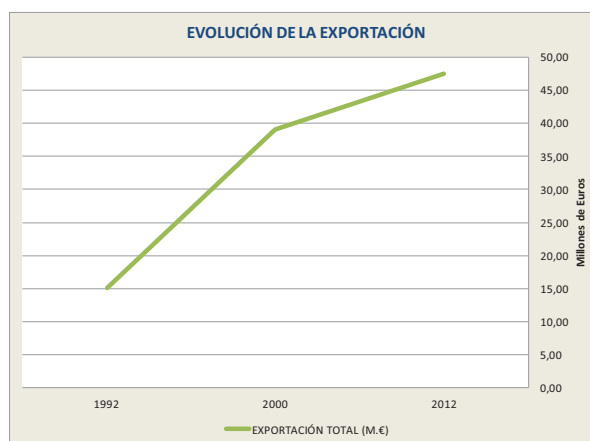
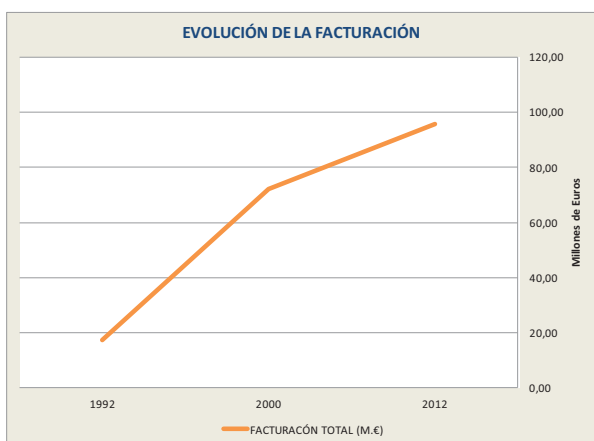
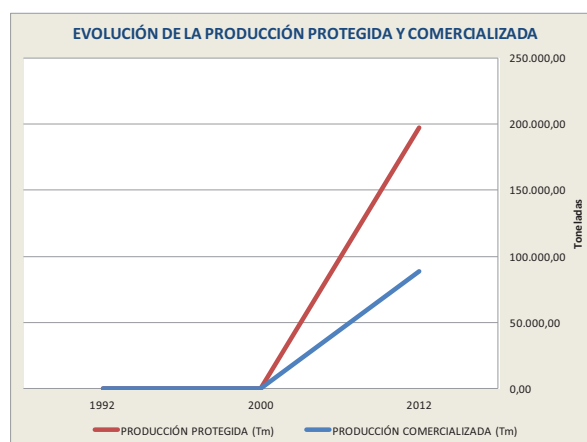
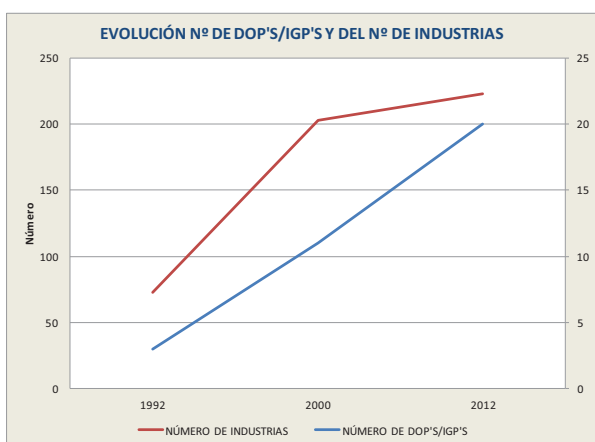
|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 6 PRIMERAS</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. PRIEGO DE CÓRDOBA   | 15               | 14,66             | 4,69              | 0,98                          | 0,31                         | 31,99%                     |
| 2. SIURANA   | 36               | 14,00             | 2,22              | 0,39                          | 0,06                         | 15,86%                     |
| 3. SIERRA DE CAZORLA   | 12               | 13,28             | 1,49              | 1,11                          | 0,12                         | 11,22%                     |
| 4. LES GARRIGUES   | 15               | 11,37             | 4,88              | 0,76                          | 0,33                         | 42,92%                     |
| 5. ESTEPA  | 19               | 11,20             | 3,20              | 0,59                          | 0,17                         | 28,57%                     |
| 6. BAENA   | 19               | 10,27             | 3,52              | 0,54                          | 0,19                         | 34,27%                     |
| <b>Total 6 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>                         | <b>116</b>       | <b>74,78</b>      | <b>20,00</b>      | <b>0,64</b>                   | <b>0,17</b>                  | <b>26,75%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 376              | 103,75            | 24,95             | 0,28                          | 0,07                         | 24,05%                     |
| <b>% 6 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                     | <b>30,85%</b>    | <b>72,08%</b>     | <b>80,16%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>LAS 6 SIGUIENTES</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 7. BAJO ARAGÓN   | 32               | 6,00              | 0,40              | 0,19                          | 0,01                         | 6,67%                      |
| 8. SIERRA MÁGINA   | 28               | 5,57              | 0,33              | 0,20                          | 0,01                         | 5,92%                      |
| 9. MONTES DE TOLEDO  | 36               | 3,14              | 1,24              | 0,09                          | 0,03                         | 39,49%                     |
| 10. CAMPO DE MONTIEL   | 15               | 2,32              | 0,50              | 0,15                          | 0,03                         | 21,55%                     |
| 11. SIERRA DE SEGURA   | 24               | 2,16              | 0,08              | 0,09                          | 0,00                         | 3,70%                      |
| 12. COMUNITAT VALENCIANA   | 13               | 2,02              | 0,17              | 0,16                          | 0,01                         | 8,42%                      |
| <b>Total 6 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>                       | <b>148</b>       | <b>21,21</b>      | <b>2,72</b>       | <b>0,14</b>                   | <b>0,02</b>                  | <b>12,82%</b>              |
| <b>% 6 siguientes s/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                   | <b>39,36%</b>    | <b>20,44%</b>     | <b>10,90%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>Total 16 restantes DOP'S/IGP'S del sector</b>                       | <b>112</b>       | <b>7,76</b>       | <b>2,23</b>       | <b>0,07</b>                   | <b>0,02</b>                  | <b>28,74%</b>              |
| <b>% 16 restantes S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                   | <b>29,79%</b>    | <b>7,48%</b>      | <b>8,94%</b>      |                               |                              |                            |
| <b>Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                                    | <b>376,00</b>    | <b>103,75</b>     | <b>24,95</b>      | <b>0,28</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>24,05%</b>              |
| <b>% Total S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                          | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                              | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>13,27%</b>    | <b>10,89%</b>     | <b>12,75%</b>     |                               |                              |                            |

**16 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

| Facturación entre 2 y 1 M.€ | Facturación entre 1 y 0,5 M.€ | Facturación < 0,5 M.€ |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| MALLORCA                    | L'EMPORDA                     | CAMPO CALATRAVA       |
| NAVARRA                     | TERRA ALTA                    | BAIX EBRE-MONTXIA     |
| MONTORO-ADAMUZ              | ANTEQUERA                     | MONTE RRUBIO          |
|                             | PONIENTE GRANNADA             | MONTES GRANADA        |
|                             |                               | SIERRA DE CADIZ       |

## SECTOR: FRUTAS FRESCAS, FRUTOS SECOS Y ELABORADOS DE FRUTAS

|   | 2012       | 2000   | 1992    | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|---|------------|--------|---------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                               | 20         | 11     | 3       | 566,67%         | 81,82%          |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                | 223        | 203    | 73      | 205,48%         | 9,85%           |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                           | 197.620,00 | 159,93 | 28,52   | 692817,25%      | 123466,56%      |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                      | 88.560,00  | 76,72  | 28,52   | 310418,93%      | 115332,74%      |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                             | 95,67      | 72,09  | 17,20   | 456,22%         | 32,71%          |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                             | 47,45      | 39,10  | 15,15   | 213,20%         | 21,36%          |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 11,15      | 18,45  | 24,33   |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 4.428,00   | 6,97   | 9,51    |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 44,81%     | 47,97% | 100,00% |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 4,78       | 6,55   | 5,73    |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,43       | 0,36   | 0,24    |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 49,60%     | 54,24% | 88,08%  |                 |                 |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE FRUTAS FRESCAS, FRUTOS SECOS Y ELABORADOS DE FRUTAS**

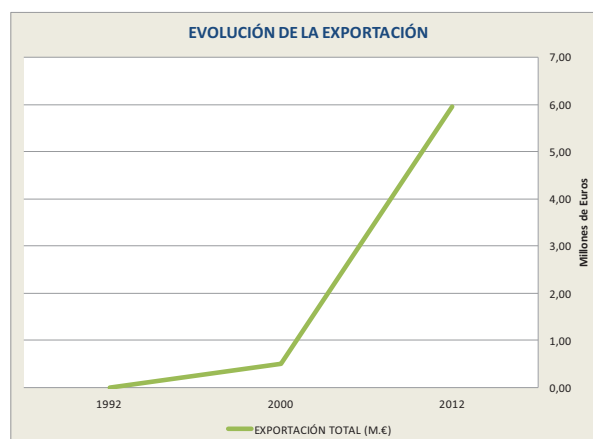
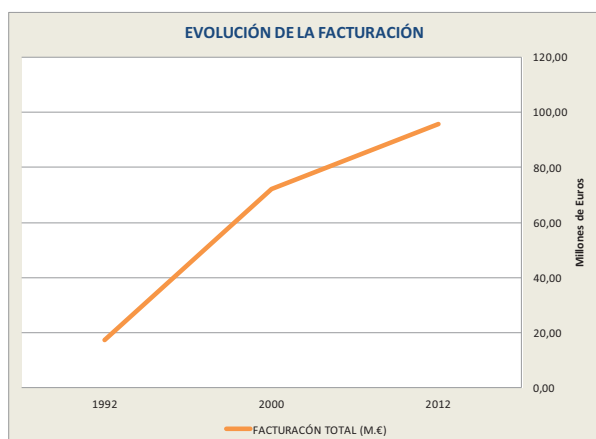
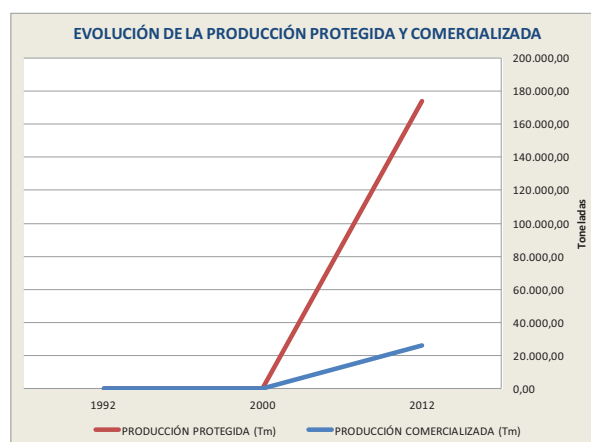
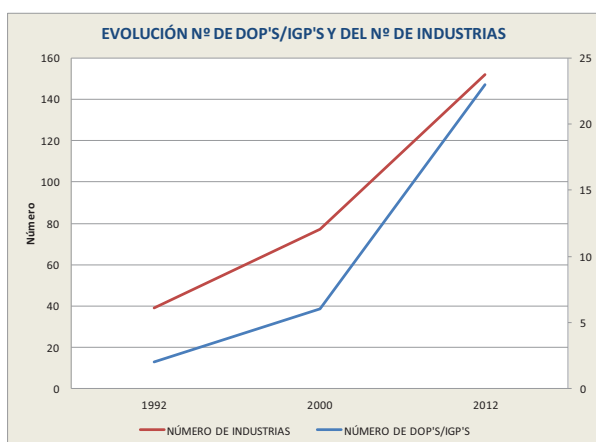
|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. KAKI RIBERA XUQUER  | 17               | 24,87             | 19,03             | 1,46                          | 1,12                         | 76,52%                     |
| 2. NISPEROS CALLOSA D'EN SARRIA  | 2                | 10,42             | 7,48              | 5,21                          | 3,74                         | 71,79%                     |
| 3. CEREZA Y PICOTA DEL JERTE   | 5                | 9,95              | 4,79              | 1,99                          | 0,96                         | 48,14%                     |
| 4. UVA EMBOLSADA DE VINALOPO   | 28               | 9,83              | 4,79              | 0,35                          | 0,17                         | 48,73%                     |
| 5. PERAS DE RINCON DE SOTO   | 10               | 9,76              | 0,03              | 0,98                          | 0,00                         | 0,31%                      |
| <b>Total 5 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>                         | <b>62</b>        | <b>64,83</b>      | <b>36,12</b>      | <b>1,05</b>                   | <b>0,58</b>                  | <b>55,71%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 223              | 95,67             | 47,45             | 0,43                          | 0,21                         | 49,60%                     |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                     | <b>27,80%</b>    | <b>67,76%</b>     | <b>76,12%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>LAS 5 SIGUIENTES</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 6. CÍTRICOS VALENCIANOS  | 44               | 8,18              | 7,06              | 0,19                          | 0,16                         | 86,31%                     |
| 7. POMA DE GIRONA  | 3                | 7,42              | 1,74              | 2,47                          | 0,58                         | 23,45%                     |
| 8. MELOCOTÓN DE CALANDA  | 23               | 4,45              | 0,67              | 0,19                          | 0,03                         | 15,06%                     |
| 9. CEREZAS MONTAÑA DE ALICANTE   | 15               | 2,42              | 0,79              | 0,16                          | 0,05                         | 32,64%                     |
| 10. CHIRIMOYA COSTA TROPICAL ???                                       | 4                | 2,40              | 0,24              | 0,60                          | 0,06                         | 10,00%                     |
| <b>Total 5 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>                       | <b>89</b>        | <b>24,87</b>      | <b>10,50</b>      | <b>0,28</b>                   | <b>0,12</b>                  | <b>42,22%</b>              |
| <b>% 5 siguientes S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                   | <b>39,91%</b>    | <b>26,00%</b>     | <b>22,13%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>Total 8 restantes DOP'S/IGP'S del sector</b>                        | <b>72</b>        | <b>5,97</b>       | <b>0,84</b>       | <b>0,08</b>                   | <b>0,01</b>                  | <b>14,07%</b>              |
| <b>% 8 restantes S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                    | <b>32,29%</b>    | <b>6,24%</b>      | <b>1,77%</b>      |                               |                              |                            |
| <b>Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                                    | <b>223</b>       | <b>95,67</b>      | <b>47,46</b>      | <b>0,43</b>                   | <b>0,21</b>                  | <b>49,61%</b>              |
| <b>% Total S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                          | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,02%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                              | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>7,87%</b>     | <b>10,04%</b>     | <b>24,25%</b>     |                               |                              |                            |

**8 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

| Facturación entre 2 y 1 M.€  | Facturación entre 1 y 0,5 M.€     | Facturación < 0,5 M.€  |
|--|-----------------------------------|--|
| AVELLANA REUS<br>MANZANA REINETA DE EL BIERZO<br>PASAS DE MÁLAGA   | PERA DE JUMILLA<br>PERA DE LLEINA | CASTAÑA DE GALICIA<br>MELÓN DE LA MANCHA<br>ACEITUNA ALOREÑA |
| (*) Sin datos: Plátano de Canarias y Clementinas de Torres de Ebro |                                   |  |

## SECTOR: HORTALIZAS Y CONSERVAS VEGETALES

|   | 2012       | 2000   | 1992   | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|---|------------|--------|--------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                               | 23         | 6      | 2      | 1050,00%        | 283,33%         |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                | 152        | 77     | 39     | 289,74%         | 97,40%          |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                           | 173.840,00 | 13,57  | 14,32  | 1213866,48%     | 1280961,16%     |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                      | 25.900,00  | 7,17   | 3,96   | 653940,40%      | 361127,34%      |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                             | 46,73      | 32,81  | 5,93   | 688,03%         | 42,43%          |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                             | 5,95       | 0,50   | 0,00   |                 | 1090,00%        |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 6,61       | 12,83  | 19,50  |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 1.126,09   | 1,20   | 1,98   |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 14,90%     | 52,84% | 27,65% |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 2,03       | 5,47   | 2,97   |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,31       | 0,43   | 0,15   |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 12,73%     | 1,52%  | 0,00%  |                 |                 |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE HORTALIZAS Y CONSERVAS VEGETALES**

|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. ESPARRAGO DE NAVARRA  | 30               | 14,72             | 1,12              | 0,49                          | 0,04                         | 7,61%                      |
| 2. TOMATE DE NIJAR   | 7                | 6,36              | 4,24              | 0,91                          | 0,61                         | 66,67%                     |
| 3. BERENJENA DE ALMAGRO  | 4                | 5,90              | 0,00              | 1,48                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 4. PIMIENTO PIQUILLO DE LODOSA   | 11               | 4,46              | 0,20              | 0,41                          | 0,02                         | 4,48%                      |
| 5. COLIFLOR DE CALAHORRA   | 1                | 3,85              | 0,00              | 3,85                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>Total 5 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>                         | <b>53</b>        | <b>35,29</b>      | <b>5,52</b>       | <b>0,67</b>                   | <b>0,10</b>                  | <b>15,64%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 152              | 46,73             | 5,95              | 0,31                          | 0,04                         | 12,73%                     |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                     | <b>34,87%</b>    | <b>75,52%</b>     | <b>92,77%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>LAS 5 SIGUIENTES</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 6. PATACA DE GALICIA   | 8                | 3,73              | 0,00              | 0,47                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 7. CHUFA DE VALENCIA   | 27               | 1,77              | 0,00              | 0,07                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 8. ALCACHOFA DE TUDELA   | 10               | 1,47              | 0,00              | 0,15                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 9. ALCACHOFA DE BENICARLÓ  | 7                | 0,93              | 0,05              | 0,13                          | 0,01                         | 5,38%                      |
| 10. AJO DE LAS PEDROÑERAS  | 4                | 0,81              | 0,31              | 0,20                          | 0,08                         | 38,27%                     |
| <b>Total 5 siguientes DOP'S/IGP'S del sector</b>                       | <b>56</b>        | <b>8,71</b>       | <b>0,36</b>       | <b>0,16</b>                   | <b>0,01</b>                  | <b>4,13%</b>               |
| <b>% 5 siguientes s S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                 | <b>36,84%</b>    | <b>18,64%</b>     | <b>6,05%</b>      |                               |                              |                            |
| <b>Total 13 restantes DOP'S/IGP'S del sector</b>                       | <b>43</b>        | <b>2,73</b>       | <b>0,07</b>       | <b>0,06</b>                   | <b>0,00</b>                  | <b>2,56%</b>               |
| <b>% 13 restantes S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                   | <b>28,29%</b>    | <b>5,84%</b>      | <b>1,18%</b>      |                               |                              |                            |
| <b>Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                                    | <b>152</b>       | <b>46,73</b>      | <b>5,95</b>       | <b>0,31</b>                   | <b>0,04</b>                  | <b>12,73%</b>              |
| <b>% Total S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                          | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                              | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>5,37%</b>     | <b>4,91%</b>      | <b>3,04%</b>      |                               |                              |                            |

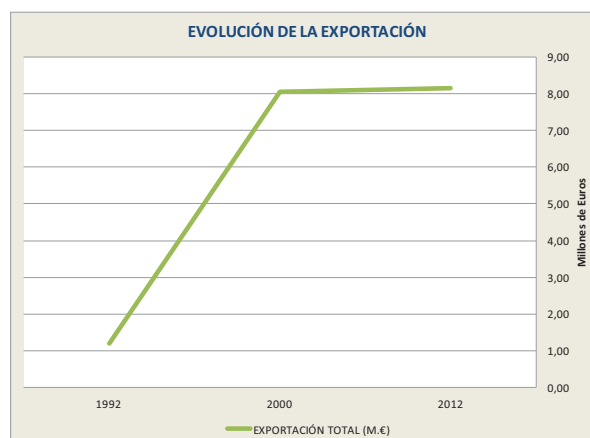
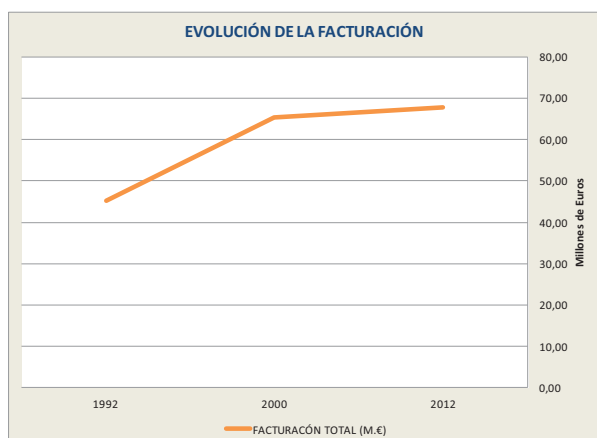
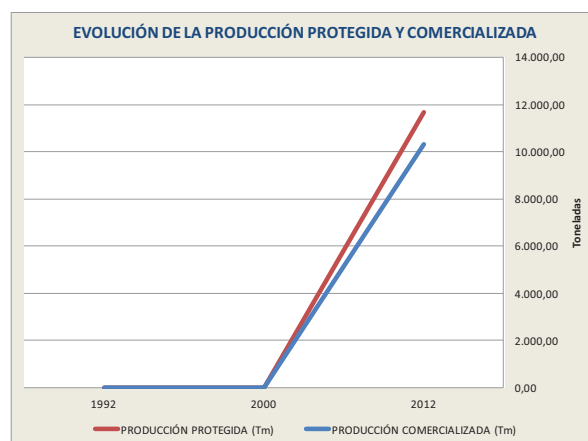
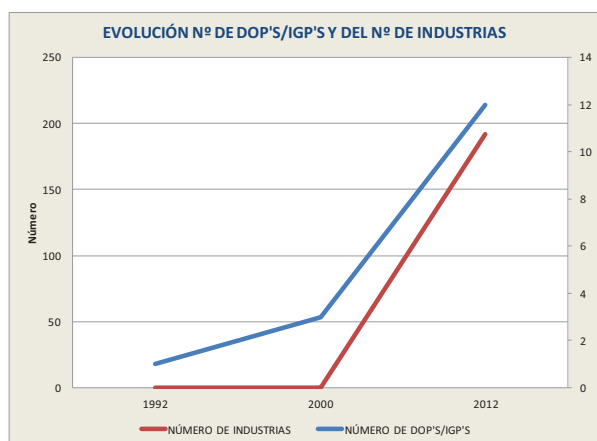
**13 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

| Facturación entre 0,8 y 0,5 M.€  | Facturación < 0,5 M.€   |
|--|---|
| PIMIENTO DE CALÇOTS DE VALLS<br>PIMIENTO DE GERNIKA                                | ESPARRAGO HUETOR TAJAR<br>GRELOS DE GALICIA<br>PATATAS DE PRADES<br>PEMENTO DO COUTO<br>PIMIENTO ASADO DE EL BIERZO<br>PIMIENTO DE HEBRON<br>PIMIENTO DE ????<br>PIMIENTO RIOJAJO |
| (*) Sin datos: Papas Antiguas de Canarias, Pimiento de Arnoia y Pimiento de Oimbro |   |

## SECTOR: PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA

|  | 2012      | 2000   | 1992    | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|--|-----------|--------|---------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S                                  | 12        | 3      | 1       | 1100,00%        | 300,00%         |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS                                   | 192       |        |         |                 |                 |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)                              | 11.680,00 | 10,75  | 7,70    | 151588,31%      | 108551,16%      |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm)                         | 10.310,00 | 10,65  | 7,70    | 133796,10%      | 96707,51%       |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)                                | 67,90     | 65,45  | 45,30   | 49,89%          | 3,74%           |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)                                | 8,15      | 8,05   | 1,20    | 579,17%         | 1,24%           |
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                              | 16,00     | 0,00   | 0,00    |                 |                 |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)             | 859,17    | 3,55   | 7,70    |                 |                 |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/<br>PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 88,27%    | 99,07% | 100,00% |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                          | 5,66      | 21,82  | 45,30   |                 |                 |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                        | 0,35      |        |         |                 |                 |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                            | 12,00%    | 12,30% | 2,65%   |                 |                 |

Nota: La facturación por DOP ha bajado mucho entre 1992 y 2012, consecuencia de haberse incorporado muchas más DOP'S y de menor dimensión.



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA**

|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 5 PRIMERAS</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. JIJONA  | 41               | 24,19             | 2,21              | 0,59                          | 0,05                         | 9,14%                      |
| 2. TURRON DE ALICANTE  | 41               | 24,01             | 5,30              | 0,59                          | 0,13                         | 22,07%                     |
| 3. MANTECADAS DE ESTEPA  | 20               | 6,30              | 0,00              | 0,32                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 4. SOBAO PASIEGO   | 12               | 5,79              | 0,06              | 0,48                          | 0,01                         | 1,04%                      |
| 5. MAZAPAN DE TOLEDO   | 4                | 4,13              | 0,42              | 1,03                          | 0,11                         | 10,17%                     |
| <b>Total 5 primeras DOP'S/IGP'S del sector</b>                         | <b>118</b>       | <b>64,42</b>      | <b>7,99</b>       | <b>0,55</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>12,40%</b>              |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 192              | 67,90             | 8,15              | 0,35                          | 0,04                         | 12,00%                     |
| <b>% 5 Primeras S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                     | <b>61,46%</b>    | <b>94,87%</b>     | <b>98,04%</b>     |                               |                              |                            |
| <b>Total 7 restantes DOP'S/IGP'S del sector</b>                        | <b>74</b>        | <b>3,48</b>       | <b>0,16</b>       | <b>0,05</b>                   | <b>0,00</b>                  | <b>4,60%</b>               |
| <b>% 7 restantes S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                    | <b>38,54%</b>    | <b>5,13%</b>      | <b>1,96%</b>      |                               |                              |                            |
| <b>Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                                    | <b>192</b>       | <b>67,90</b>      | <b>8,15</b>       | <b>0,35</b>                   | <b>0,04</b>                  | <b>12,00%</b>              |
| <b>% Total S/Total DOP'S/IGP'S del Sector</b>                          | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                              | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>6,78%</b>     | <b>7,13%</b>      | <b>4,16%</b>      |                               |                              |                            |

**7 DOP'S/IGP'S RESTANTES (\*)**

| Facturación entre 1 y 0,5 M.€ | Facturación < 0,5 M.€      |
|-------------------------------|----------------------------|
| ENSAIMADA DE MALLORCA         | PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL |
| MANTECADAS DE ASTORGA         | SOBAO PASIEGO (BIS)(?)     |
| PAN DE CEA                    | ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA  |
| TURRON DE AGRAMONT            |                            |

**LÍNEAS DE PRODUCTO**

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| Pan                     | 2         |
| Turrone                 | 3         |
| Otros dulces de Navidad | 2         |
| Pastelería y bollería   | 5         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>12</b> |

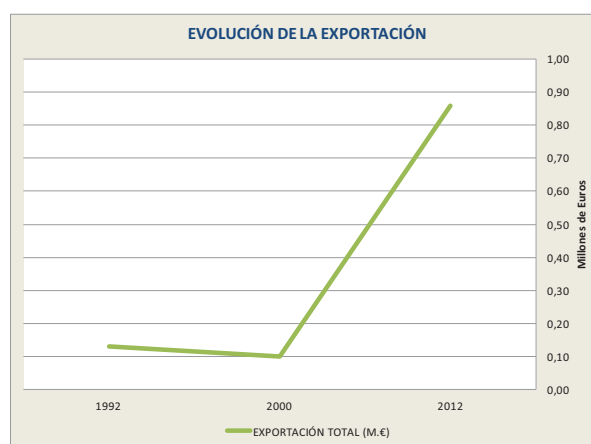
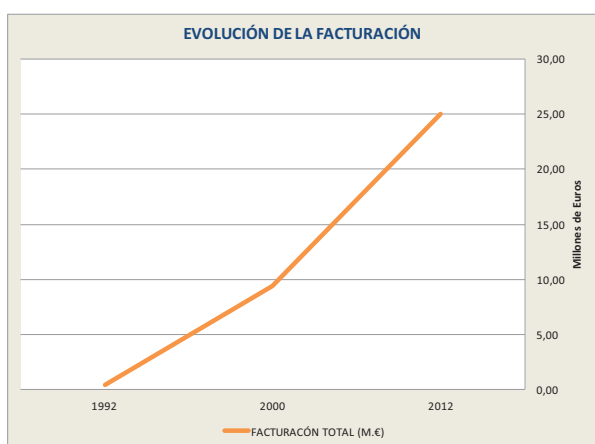
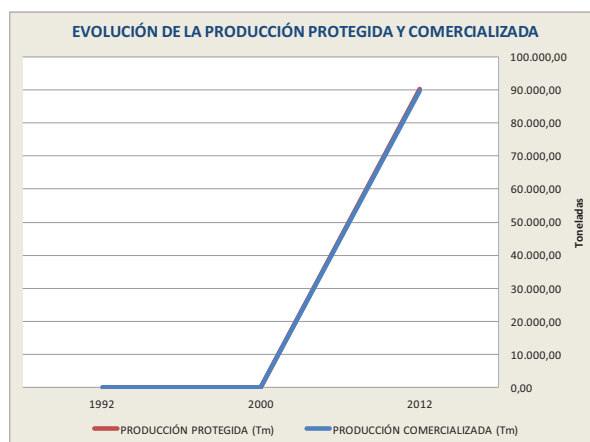
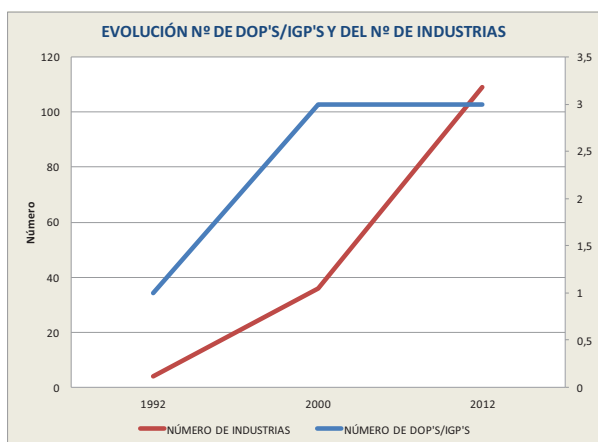


## SECTOR: ARROZ

|                                | 2012      | 2000   | 1992 | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|--------------------------------|-----------|--------|------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S          | 3         | 3      | 1    | 200,00%         | 0,00%           |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS           | 109       | 36     | 4    | 2625,00%        | 202,78%         |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)      | 90.220,00 | 128,39 | 2,37 | 3806651,05%     | 70170,27%       |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm) | 89.700,00 | 55,30  | 2,37 | 3784710,13%     | 162106,15%      |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)        | 25,00     | 9,41   | 0,40 | 6150,00%        | 165,67%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)        | 0,86      | 0,10   | 0,13 | 561,54%         | 760,00%         |

|   |           |        |         |
|---|-----------|--------|---------|
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                           | 36,33     | 12,00  | 4,00    |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)          | 29.900,00 | 18,43  | 2,37    |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/ PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 99,42%    | 43,07% | 100,00% |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                       | 8,33      | 3,14   | 0,40    |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                     | 0,23      | 0,26   | 0,10    |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                         | 3,44%     | 1,06%  | 32,50%  |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE ARROZ**

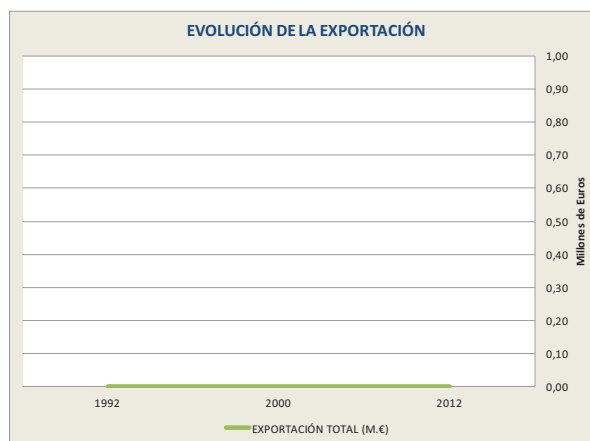
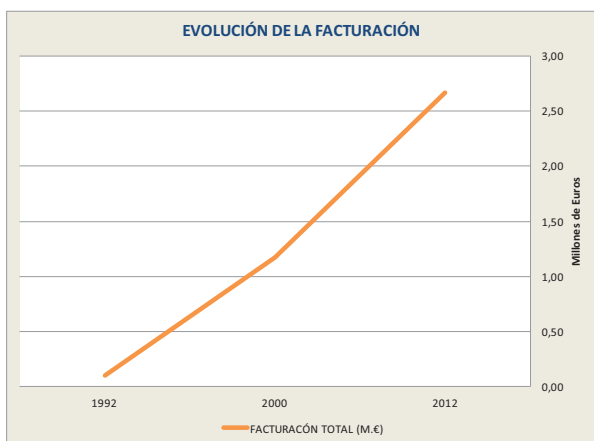
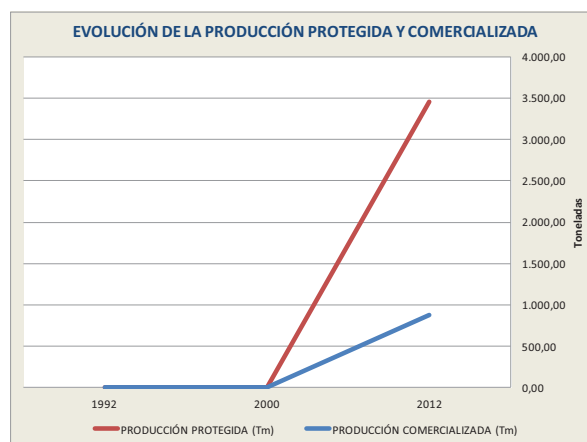
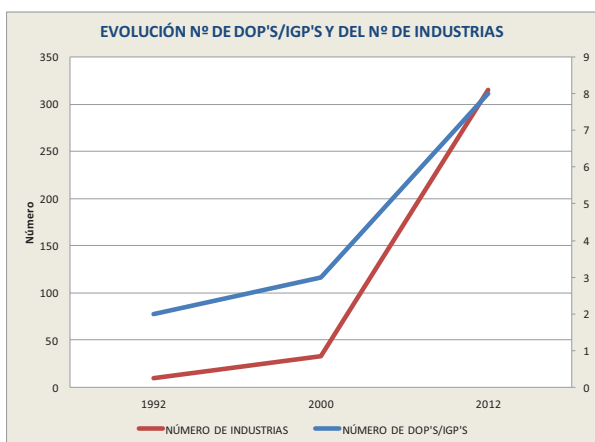
|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 3 DOP'S DEL SECTOR</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. ARROZ DE VALENCIA   | 9                | 11,65             | 0,24              | 1,29                          | 0,03                         | 2,06%                      |
| 2. ARROZ DEL DELTA D'EL EBRO   | 98               | 10,94             | 0,07              | 0,11                          | 0,00                         | 0,64%                      |
| 3. ARROZ DE CALASPARRA   | 2                | 2,41              | 0,55              | 1,21                          | 0,28                         | 22,82%                     |
| <b>Total las 3 DOP'S/IGP'S del sector</b>                              | <b>109</b>       | <b>25,00</b>      | <b>0,86</b>       | <b>0,23</b>                   | <b>0,01</b>                  | <b>3,44%</b>               |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 109              | 25,00             | 0,86              | 0,23                          | 0,01                         | 3,44%                      |
| <b>% 3 DOP'S S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                        | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    | <b>100,00%</b>    |                               |                              |                            |
| TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS                                     | 2.833            | 952,64            | 195,71            | 0,34                          | 0,07                         | 20,54%                     |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>3,85%</b>     | <b>2,62%</b>      | <b>0,44%</b>      |                               |                              |                            |

## SECTOR: LEGUMBRES

|                                | 2012     | 2000 | 1992 | Δ 2012/1992 (%) | Δ 2012/2000 (%) |
|--------------------------------|----------|------|------|-----------------|-----------------|
| NÚMERO DE DOP'S/IGP'S          | 8        | 3    | 2    | 300,00%         | 166,67%         |
| NÚMERO DE INDUSTRIAS           | 315      | 33   | 10   | 3050,00%        | 854,55%         |
| PRODUCCIÓN PROTEGIDA (Tm)      | 3.460,00 | 0,64 | 0,13 | 2661438,46%     | 540525,00%      |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA (Tm) | 870,00   | 0,31 | 0,06 | 1380852,38%     | 280545,16%      |
| FACTURACIÓN TOTAL (M.€)        | 2,67     | 1,17 | 0,10 | 2570,00%        | 128,21%         |
| EXPORTACIÓN TOTAL (M.€)        | 0,00     | 0,00 | 0,00 |                 |                 |

|  |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|
| Nº INDUSTRIAS POR DOP/IGP                              | 39,38  | 11,00  | 5,00   |
| PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA POR DOP/IGP (Tm)             | 108,75 | 0,10   | 0,03   |
| (%) PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA/<br>PRODUCCIÓN PROTEGIDA | 25,14% | 48,44% | 48,46% |
| FACTURACIÓN POR DOP/IGP (M.€)                          | 0,33   | 0,39   | 0,05   |
| FACTURACIÓN POR INDUSTRIA (M.€)                        | 0,01   | 0,04   | 0,01   |
| (%) EXPORTACIÓN/FACTURACIÓN                            | 0,00%  | 0,00%  | 0,00%  |



**DIMENSIONAMIENTO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN DE ESTRUCTURAS EN LAS DOP/IGP DEL SECTOR DE LEGUMBRES**

|  | Nº DE INDUSTRIAS | FACTURACIÓN (M.€) | EXPORTACIÓN (M.€) | FACTURACIÓN / INDUSTRIA (M.€) | EXPORTACIÓN/ INDUSTRIA (M.€) | % EXPORTACIÓN/ FACTURACIÓN |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>LAS 8 DOP'S DEL SECTOR</b>  |                  |                   |                   |                               |                              |                            |
| 1. FABA ASTURIANA  | 21               | 0,62              | 0,00              | 0,03                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 2. LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS                                 | 8                | 0,57              | 0,00              | 0,07                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 3. GARBANZO DE FUENTESAUCO   | 49               | 0,38              | 0,00              | 0,01                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 4. LENTEJA DE LA ARMUÑA  | 147              | 0,37              | 0,00              | 0,00                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 5. ALUBIA DE LA BAÑEZA - LEON  | 11               | 0,32              | 0,00              | 0,03                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 6. JUDIAS DEL BARCO DE AVILA   | 65               | 0,25              | 0,00              | 0,00                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 7. FABA DE LOURENZA  | 8                | 0,09              | 0,00              | 0,01                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| 8. JUDIAS DEL GANXET   | 6                | 0,07              | 0,00              | 0,01                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>Total las 8 DOP'S/IGP'S del sector</b>                              | <b>315</b>       | <b>2,67</b>       | <b>0,00</b>       | <b>0,01</b>                   | <b>0,00</b>                  | <b>0,00%</b>               |
| TOTAL DOP'S/IGP'S DEL SECTOR   | 315              | 2,67              | 0,00              | 0,01                          | 0,00                         | 0,00%                      |
| <b>% 8 DOP'S S/Total DOP'S/IGP'S del sector</b>                        | <b>100,00%</b>   | <b>100,00%</b>    |                   |                               |                              |                            |
| <b>TOTAL DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b>                              | <b>2.833</b>     | <b>952,64</b>     | <b>195,71</b>     | <b>0,34</b>                   | <b>0,07</b>                  | <b>20,54%</b>              |
| <b>% Total DOP'S/IGP'S sector S/Total DOP'S/IGP'S AGROALIMENTARIAS</b> | <b>11,12%</b>    | <b>0,28%</b>      | <b>0,00%</b>      |                               |                              |                            |

### **III. CARACTERIZACION DE LOS FACTORES DE EFICIENCIA COMERCIALIZADORA DE LAS DOP'S/IGP'S**

### III. CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES DE EFICIENCIA COMERCIALIZADORA DE LAS DOP'S/IGPS'

Complementariamente al análisis, valoración y caracterización de la competitividad de las diferentes DOP'S/IGP'S, también se ha procedido a identificar, analizar y caracterizar los factores que determinan y condicionan la **eficiencia comercializadora** de aquéllas.

Para ello se han seleccionado determinados aspectos o elementos indicativos o explicativos de la mayor o menor eficiencia comercializadora de las DOP'S/IGP'S; y posteriormente se ha procedido a realizar una **consulta sectorial** mediante cuestionario respecto a tales aspectos o indicadores. (El cuestionario utilizado figura en el Anexo 2 a este Informe)

La consulta se ha dirigido al total de DOP'S/IGP'S operativas en España (168), habiéndose obtenido un **elevado nivel de respuesta** (112 cuestionarios perfectamente cumplimentados que representan cerca del 70% de todo el colectivo consultado); no sólo por el número de respuestas, sino también porque éstas representan más del 90% de facturación global de las DOP'S/IGP'S; y también por el alto grado de representatividad de las mismas (están representados todos los sectores y todas las tipologías de DOP'S/IGP'S); y, además, por la calidad de las respuestas y la información aportada.

Las DOP'S/IGP'S que han participado en la consulta aportando su información figuran en el Anexo 1 a este Informe.

Los aspectos relacionados con la eficiencia comercializadora de las DOP'S/IGP'S y que han constituido el objeto de la consulta, se han centrado prioritariamente en estas cuestiones principales:

- La tipología y caracterización de DOP'S/IGP'S (composición, organización, medios y dependencia orgánica)
- Su ámbito de implantación y su ámbito de comercialización.
- Los requisitos o atributos justificativos de la diferenciación; y el proceso de vigilancia del cumplimiento de los mismos.
- La competencia con otros formatos de diferenciación por calidad/origen.
- La situación y utilización de las instalaciones productivas y disponibilidad de tecnología.
- La capacidad de aprovisionamiento de materias primas y otros insumos.
- Los circuitos de comercialización y distribución de los productos DOPS'/IGP'S y la implantación de los mismos.
- La internacionalización de las DOP'S/IGP'S, intracomunitaria y extracomunitaria.
- La competitividad de los precios de los productos DOP/IGP.
- Las políticas de marca utilizadas.
- La identificación, percepción y valoración de los productos DOP/IGP por parte del consumidor.
- El esfuerzo de comunicación, imagen y promoción de los productos DOP/IGP.

- El impacto comercial de los logotipos de los productos DOP/IGP.
- Importancia e impacto de las barreras a la comercialización de productos DOP/IGP.
- El potencial de vertebración e interlocución de las DP'S/IGP'S.

Sobre estos y otros aspectos ha versado la consulta realizada al conjunto global de las DOP'S/IGP'S alimentarias operativas en España; consulta que ha permitido **obtener importantes resultados cuantitativos y cualitativos** que se ofrecen a continuación.

Estos aspectos característicos del funcionamiento y de la comercialización de las DOP'S/IGP'S ponen claramente de relieve las áreas donde parece ser más urgente y necesaria la incorporación de mejoras o la reorientación de estrategias, al menos en algunas de tales DOP'S/IGP'S.

Y entre los numerosos factores condicionantes de la de eficiencia de algunas DOP'S/IGP'S, parece obligado destacar las dificultades que a veces encuentran los consumidores al tratar de diferenciar y valorar en su justa medida el valor añadido que aportan los productos DOP/IGP; posiblemente el reducido dimensionamiento de muchas DOP'S/IGP'S podría limitar las posibilidades reales de realizar una eficaz comunicación y promoción de estos productos protegidos y diferenciados.

Así pues, los aspectos de dimensionamiento, diferenciación, información, comunicación y promoción, estarían señalando algunas de las prioridades estratégicas en cuanto a potenciación y mejora de la eficiencia comercializadora de las DOP'S/IGP'S.

## RESULTADOS DE LA CONSULTA A DOP'S/IGP'S



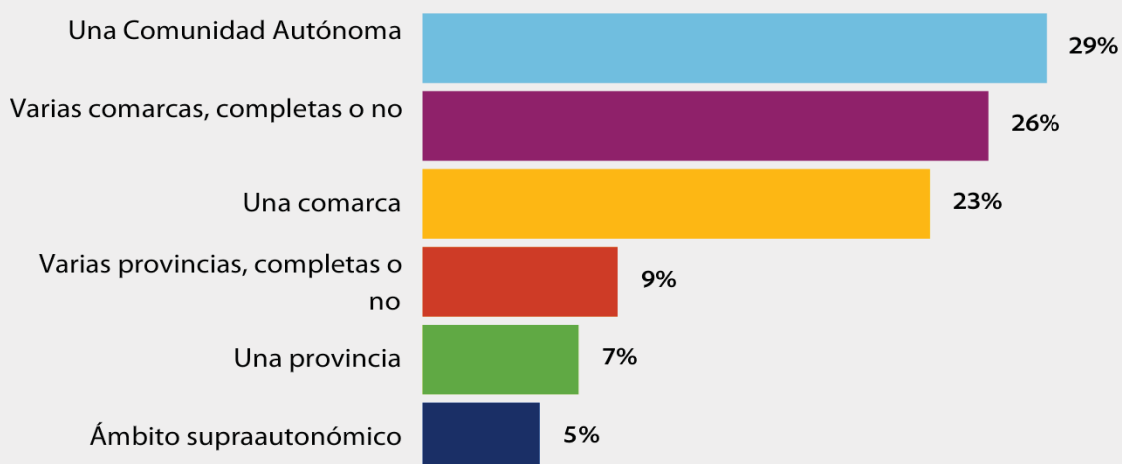
## RESULTADOS DE LA CONSULTA A DOP'S/IGP'S

### II.1. Tipología



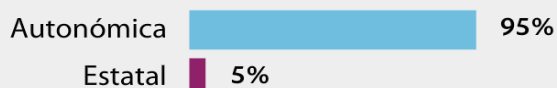
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

### II.2. Delimitación de la zona geográfica diferenciada



\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

### II.3. Dependencia orgánica de la DOP/IGP



\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

#### II.4. Requisitos justificativos de la diferenciación, además de la delimitación geográfica (puede señalar una o varias respuestas)



#### II.5. En la comercialización de los productos DOP/IGP, ¿se utilizan además de forma conjunta otros distintivos de calidad? (puede señalar una o varias respuestas)



##### (Otros indicados):

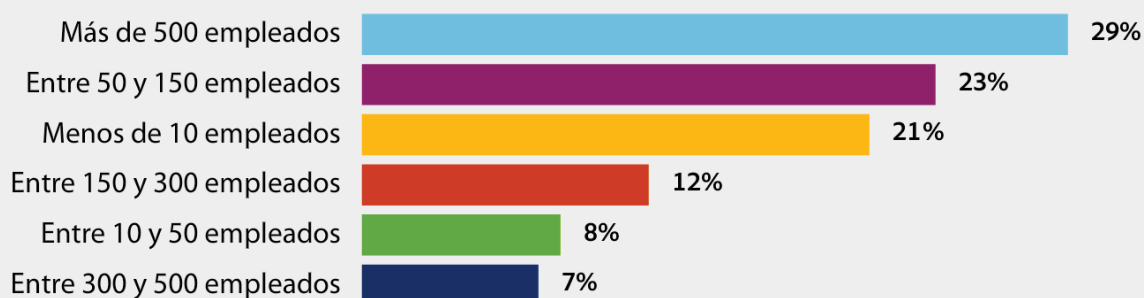
- (Agricultura ecológica
- ISO
- Global GAP
- BRC
- IFS
- Producción integrada
- UNE 155000
- Huella de carbono
- ASDM
- Requerimientos comerciales de otros países

#### II.6. Tipología de socios del Consejo Regulador (puede señalar una o varias respuestas):



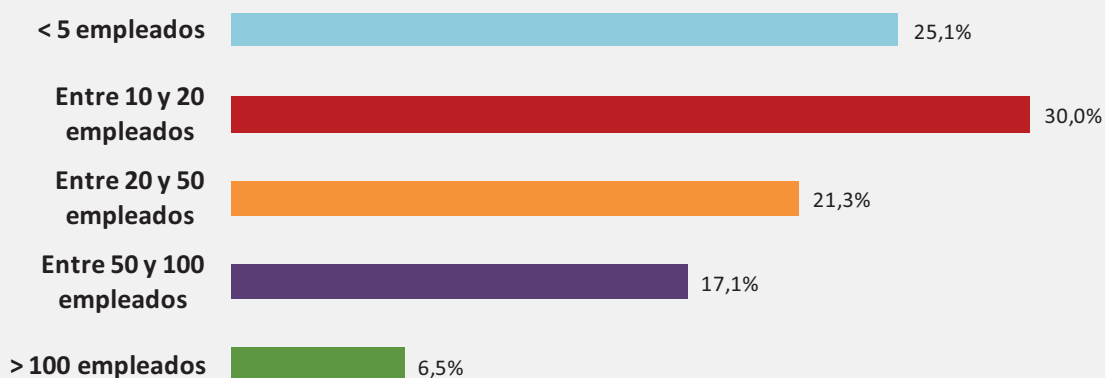
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

## II.7. Número total de trabajadores (fijos más eventuales equivalentes) del conjunto global de empresas de la DOP/IGP:

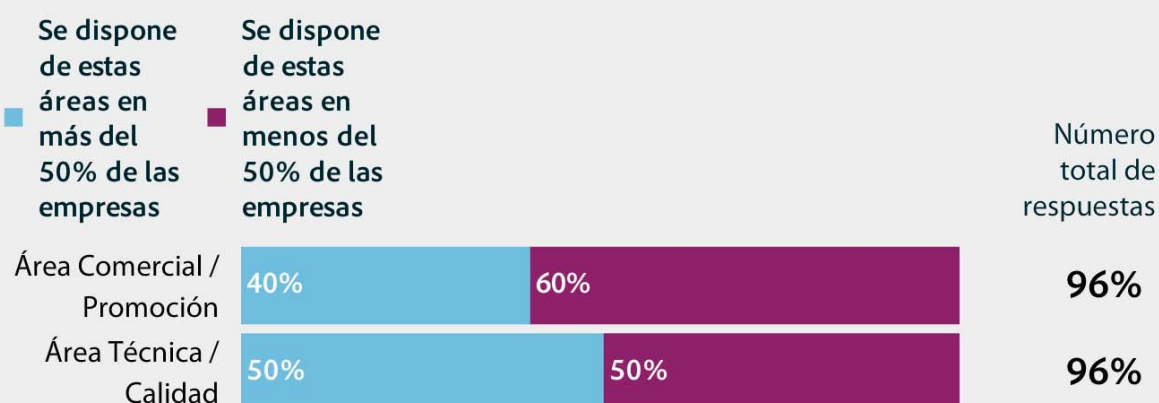


\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

## II.8. Estructura de recursos humanos de las empresas de la DOP/IGP (Indique el porcentaje de las empresas correspondiente a cada estrato de número de trabajadores)



## II.9. Por favor, indique qué grado de desarrollo han adquirido en las empresas de la DOP/IGP las áreas que se indican:

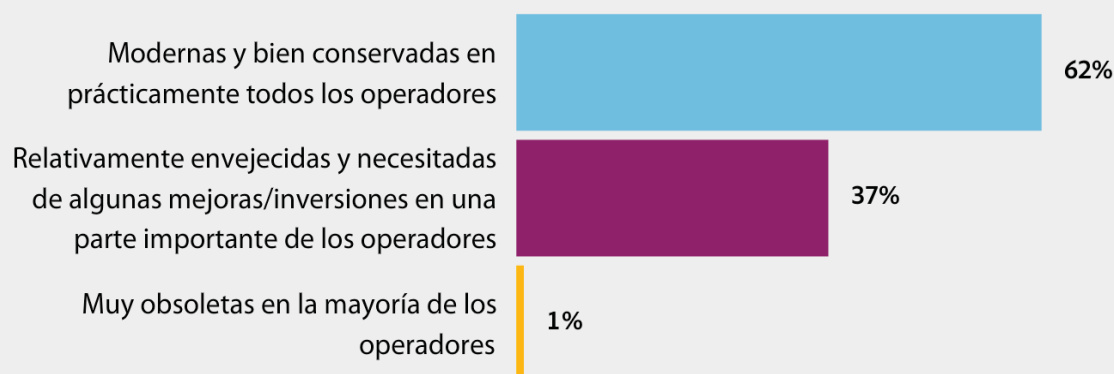


## II.10. Inversión anual en activos materiales (promedio del conjunto de los miembros de la DOP/IGP):



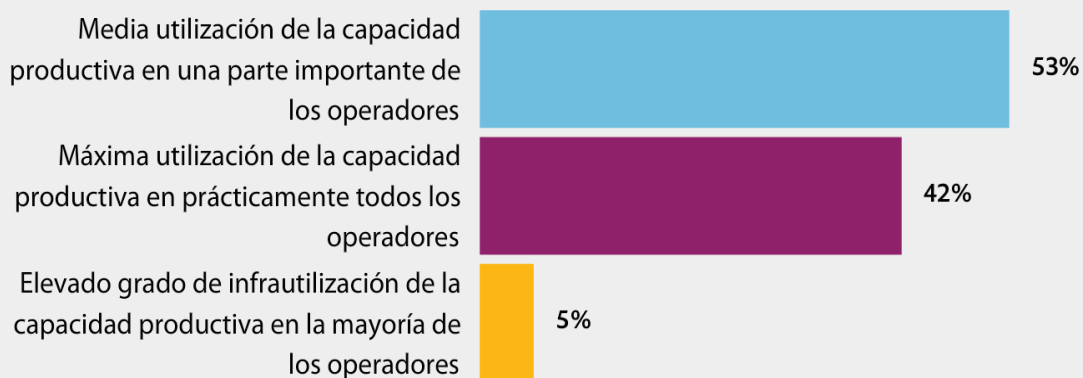
\* 89 respuestas totales, 79% de envíos

## III.1. Situación de las instalaciones productivas



\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

## III.2. Utilización de las instalaciones productivas



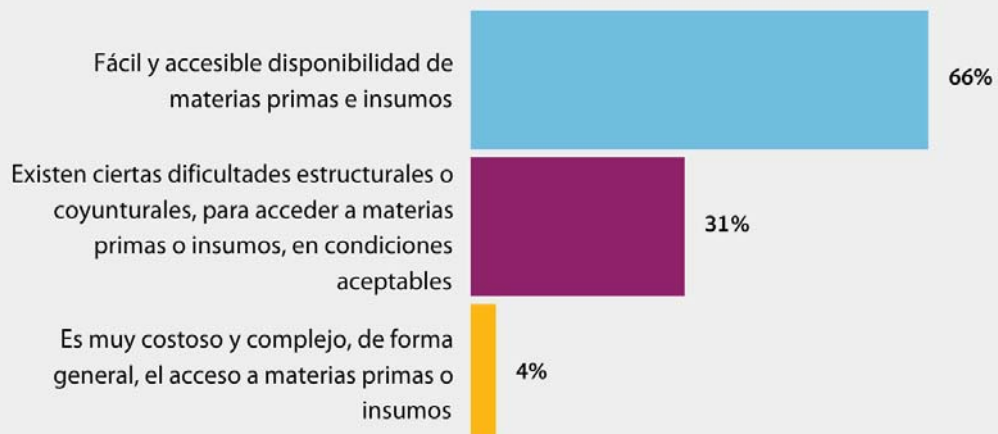
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

### III.3. Potencial tecnológico disponible



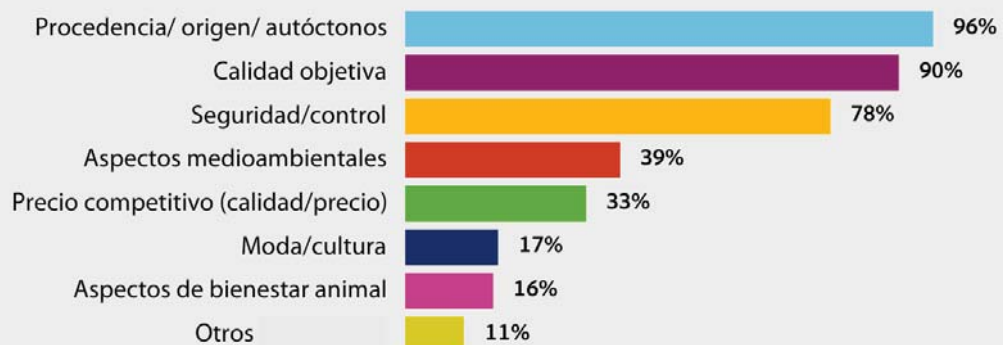
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

### III.4. Aprovechamiento

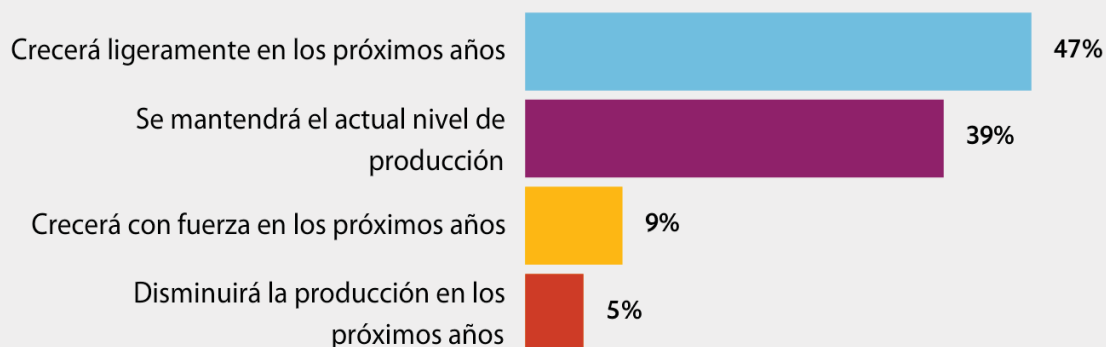


\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

### III.5. Aspectos o atributos en los que se soporta el atractivo comercial de los productos DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)

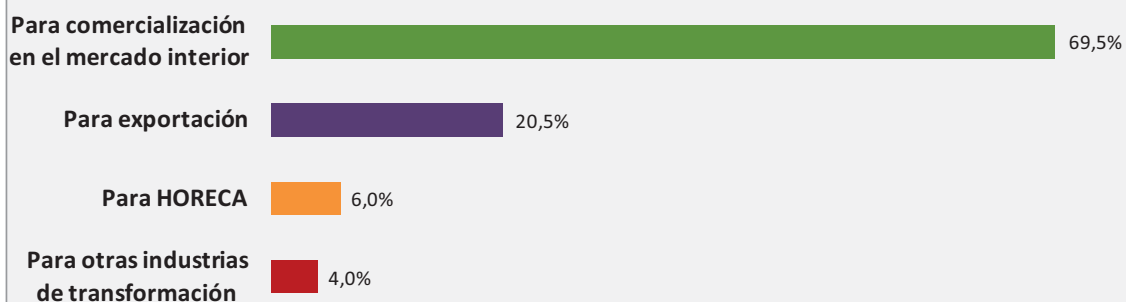


### III.6. Tendencia de la producción de la DOP/IGP

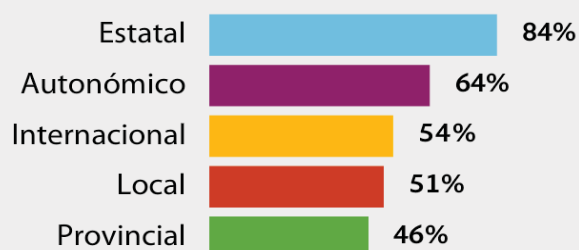


\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

### IV.1. Destino comercial de la producción vendida (% por circuito de comercialización)

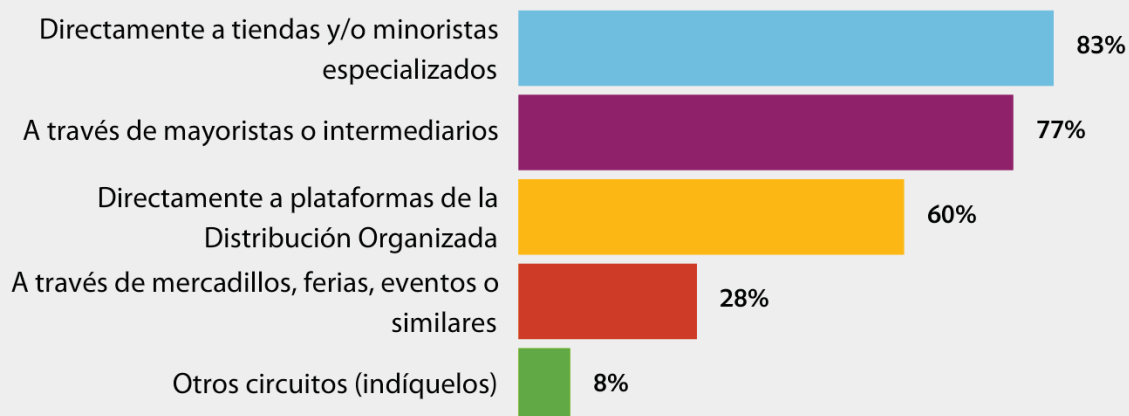


### IV.2. ¿Cuál es el ámbito de comercialización y distribución de los productos de la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)



\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

### IV.3. ¿Cómo se realiza la comercialización intermedia destinada al mercado interior? (puede señalar una o varias respuestas)

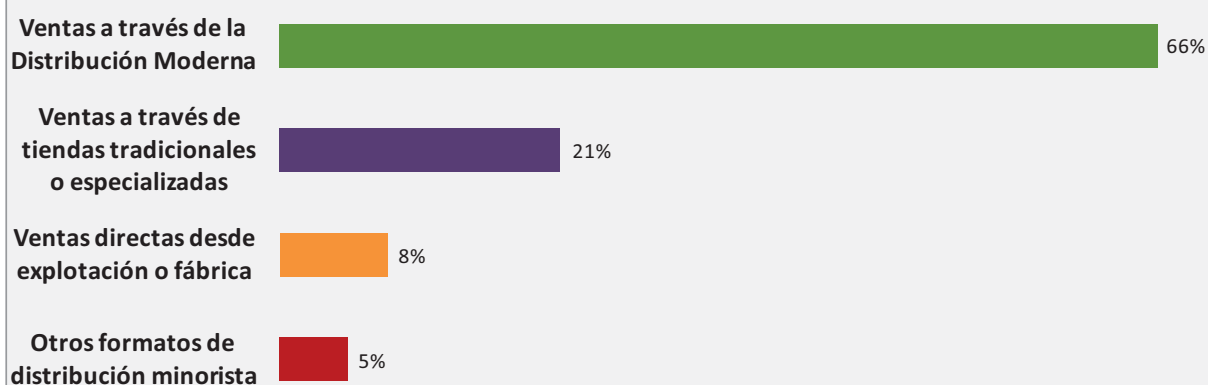


\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

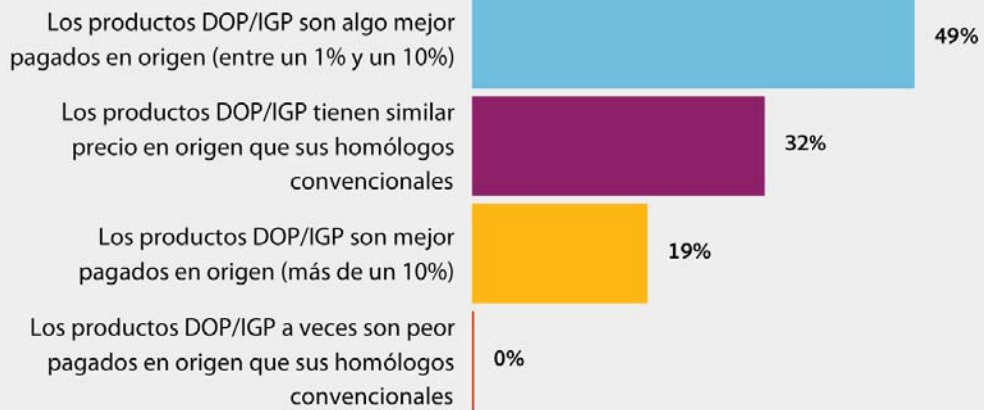
#### Otros indicados:

- Venta directa, en origen
- Plataformas de venta on-line
- Otra empresa de comercialización conjunta
- Operadores, cooperativas-socias

### IV.4. ¿Cómo es la distribución final o minorista de los productos DOP/IGP? (% de ventas por canal minorista)

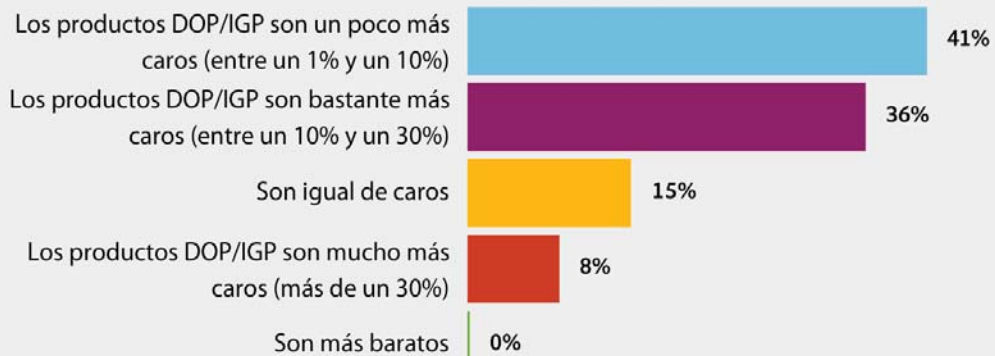


#### IV.5. ¿Cuál es el diferencial de precios pagados en origen a los productores y/o elaboradores de la DOP/IGP, respecto a los pagados a los homólogos convencionales?



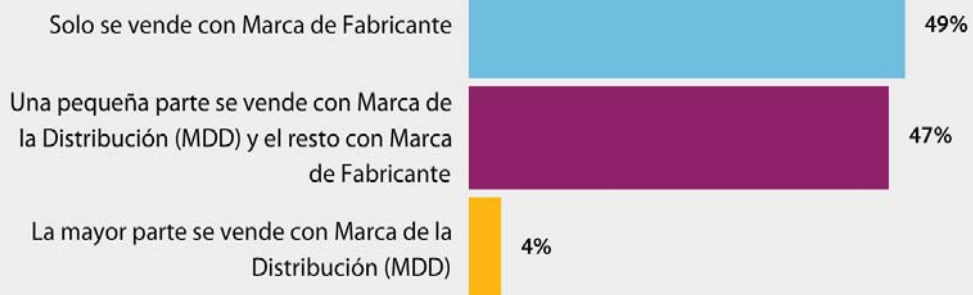
\* 109 respuestas totales, 97% de envíos

#### IV.6. ¿Cuál es el diferencial de precio en punto de venta entre los productos de la DOP/IGP y sus homólogos convencionales?



\* 109 respuestas totales, 97% de envíos

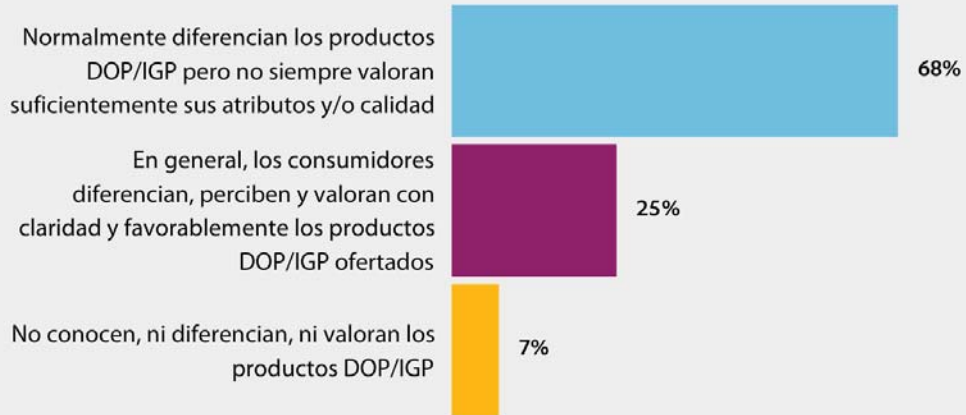
#### IV.7. ¿Cuál es la política de marca seguida?



\* 110 respuestas totales, 98% de envíos



#### IV.8. Conocimiento, percepción y valoración por los consumidores de los productos de la DOP/IGP



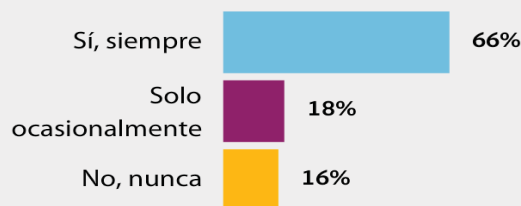
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

#### IV.9. ¿Qué porcentaje de la producción de la DOP/IGP se tiene que comercializar como producto convencional



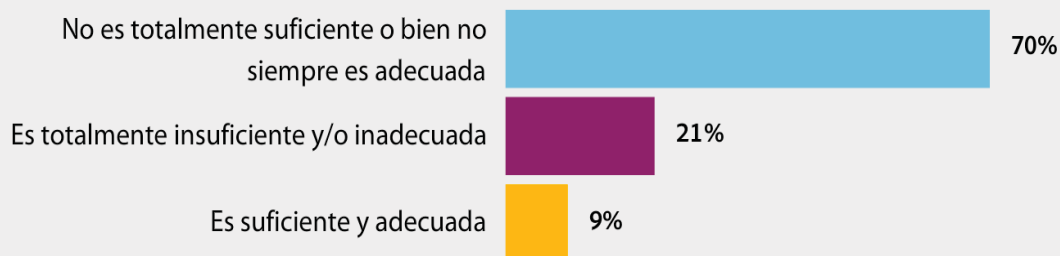
\* 107 respuestas totales, 96% de envíos

#### IV.10. ¿Se elaboran y comercializan en la misma industria que elabora los productos DOP/IGP, productos similares no amparados por la DOP/IGP?



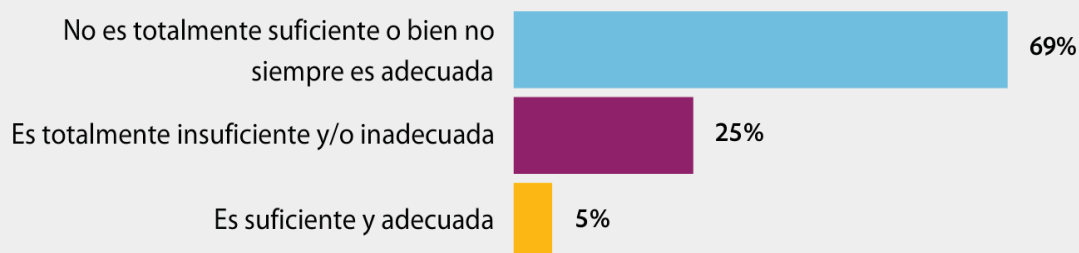
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

**IV.11. ¿Es suficiente la comunicación y/o promoción que se hace de los productos de la DOP/IGP, ya sea de carácter institucional y/ o del propio Consejo Regulador?**



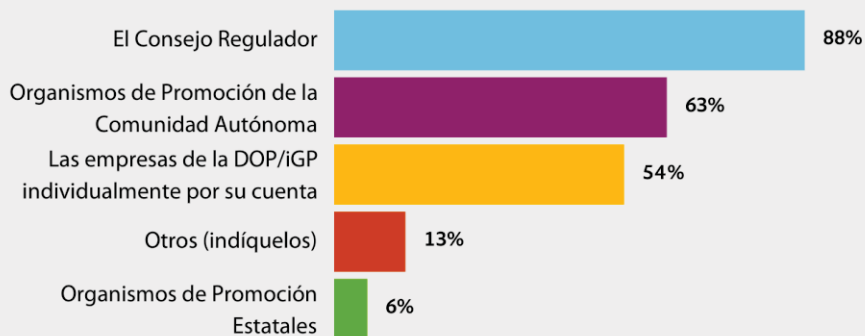
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

**IV.12. ¿Es suficiente la comunicación y/o promoción que se hace de los productos de la DOP/IGP, directamente por parte de sus empresas?**



\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

**IV.13. ¿Quién realiza y financia la promoción comercial de los productos de la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)**



\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

**IV.14. ¿Cual es la relación en porcentaje entre el gasto total en promoción de la DOP/IGP (institucional + empresas) y las ventas totales de la DOP/IGP?**



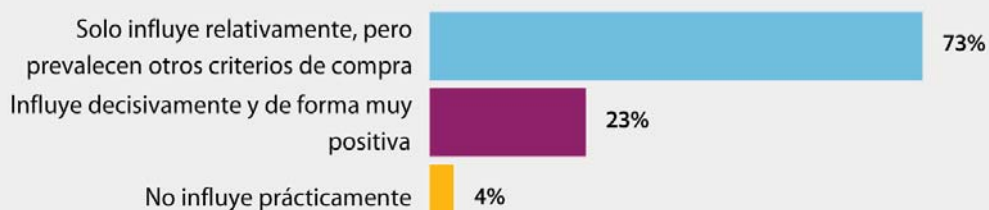
\* 97 respuestas totales, 87% de envíos

**IV.15. ¿Considera que una mayor inversión en promoción y comunicación impulsaría las ventas de productos de la DOP/IGP?**



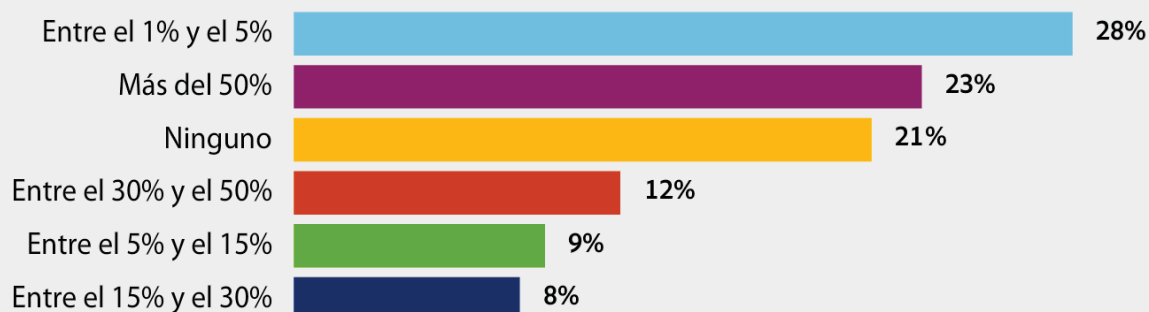
\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

**IV.16. ¿Considera que el logotipo de la DOP/IGP influye en la decisión de compra del consumidor?**



\* 112 respuestas totales, 100% de envíos

### V.1. ¿Cuál es el porcentaje de empresas exportadoras respecto al total de empresas de la DOP/IGP?



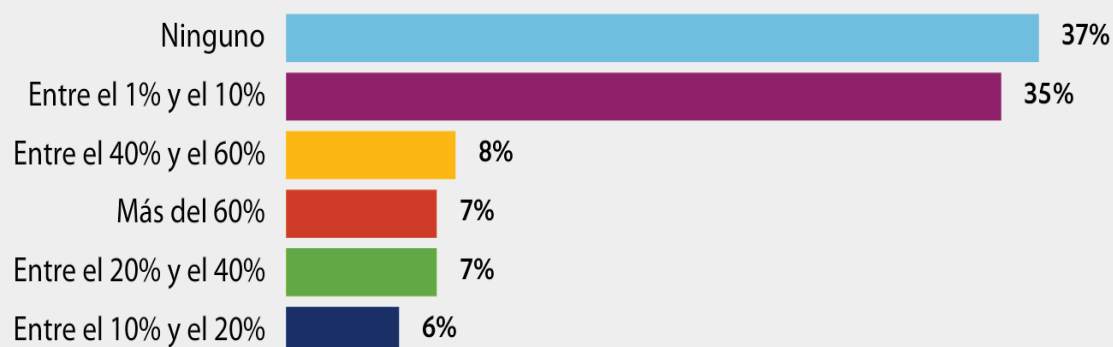
\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

### V.2. ¿Exporta regularmente la DOP/IGP?



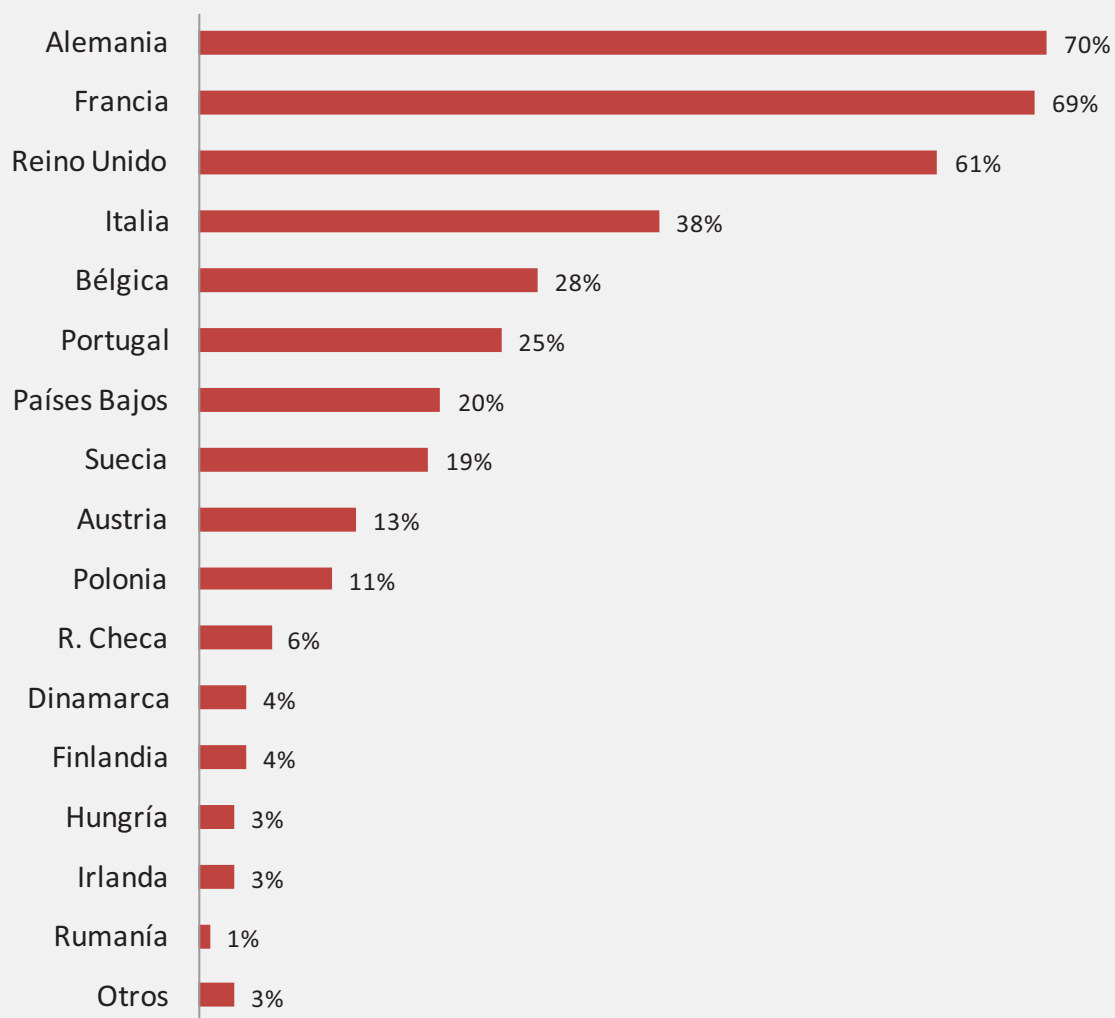
\* 109 respuestas totales, 97% de envíos

### V.3. ¿Qué porcentaje de las exportaciones de la DOP/IGP corresponde a mercados extracomunitarios?



\* 109 respuestas totales, 97% de envíos

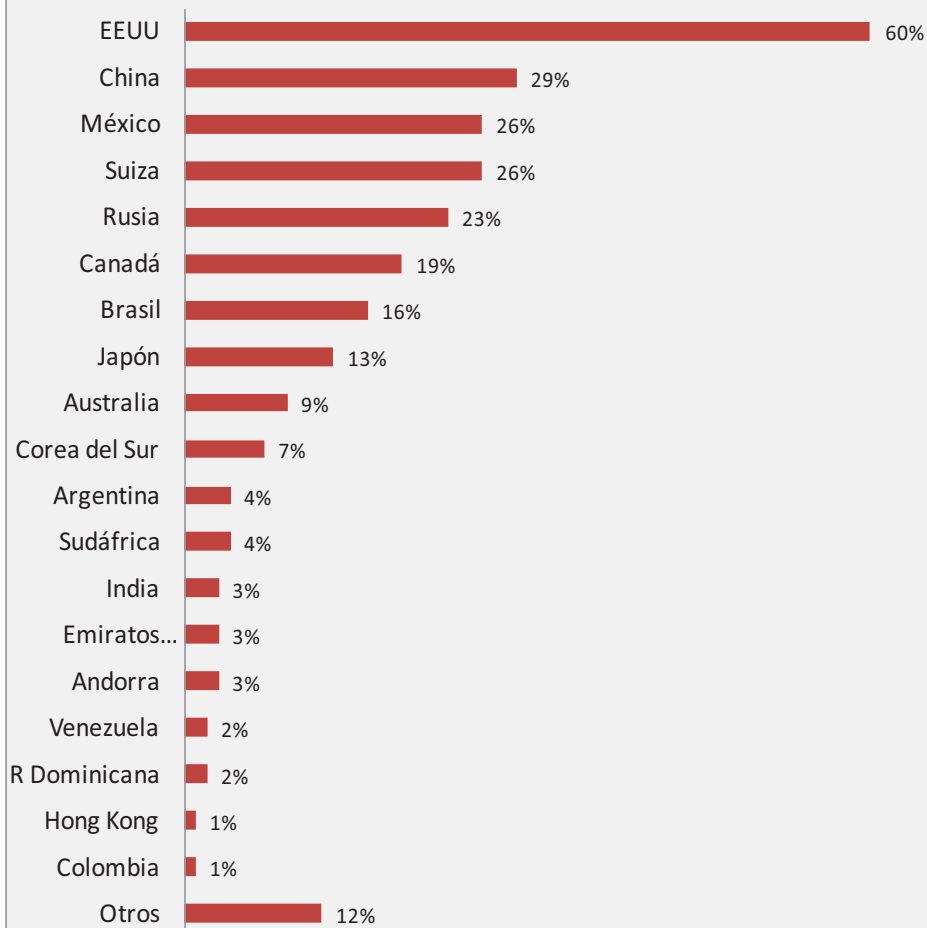
#### V.4. Mercados exteriores COMUNITARIOS a los que normalmente se dirigen, de forma importante o mayoritaria, las exportaciones de la DOP/IGP



##### Otros indicados:

- Noruega
- Estonia
- Países del Este

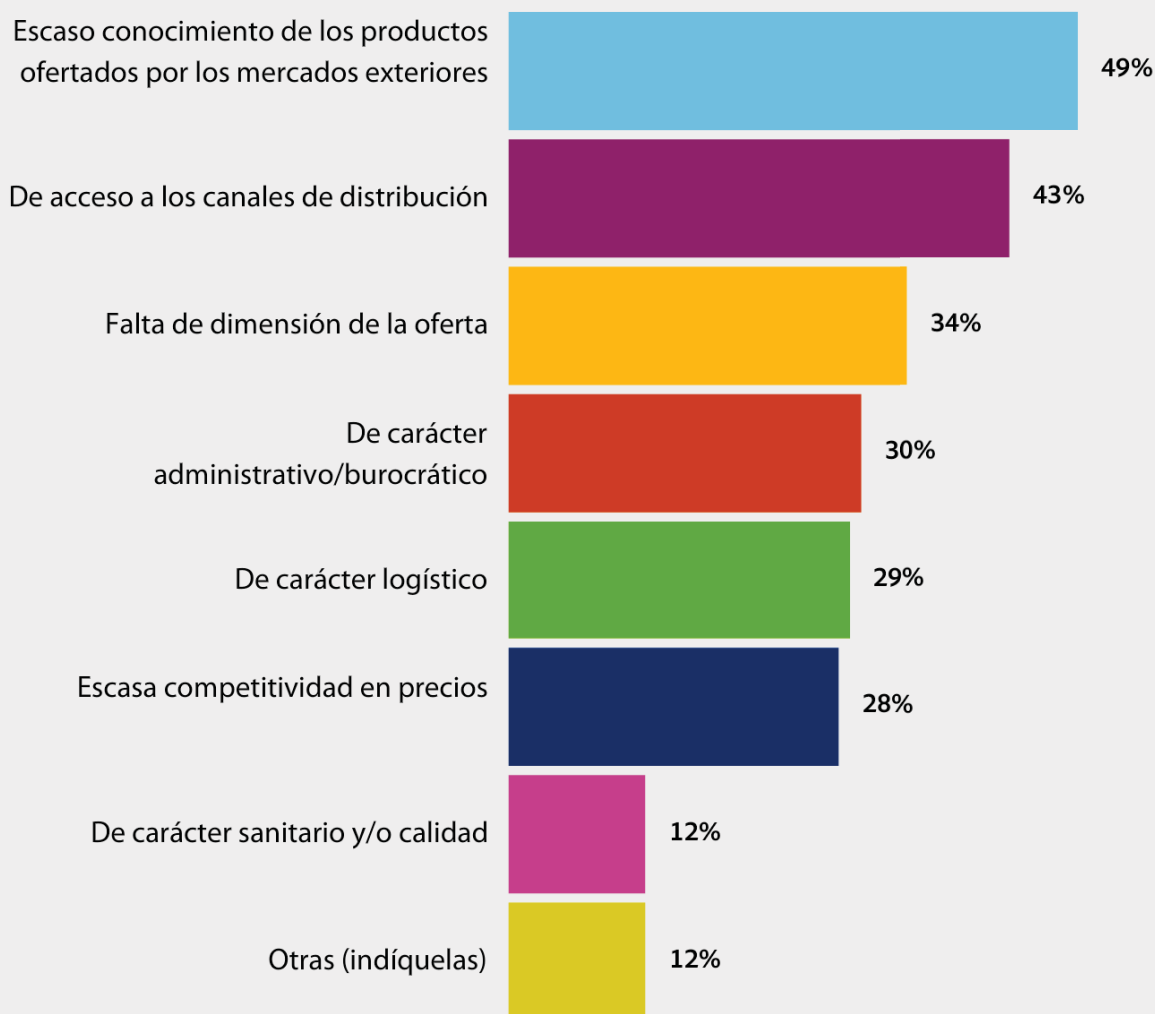
**V.5. Mercados exteriores EXTRACOMUNITARIOS a los que normalmente se dirigen, de forma importante o mayoritaria, las exportaciones de la DOP/IGP**



**Otros indicados:**

- Argelia
- Países Árabes
- Libia
- Norte de África
- Sudáfrica
- Chile
- Uruguay
- Cuba
- Guatemala
- Países del Caribe
- Taiwan
- Singapur

**V.6. Principales barreras que con mayor intensidad o frecuencia afectan a las exportaciones de los productos de la DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)**

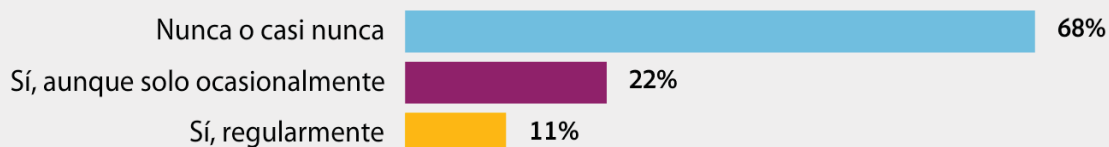


\* 102 respuestas totales, 91% de envíos

**Otras indicadas:**

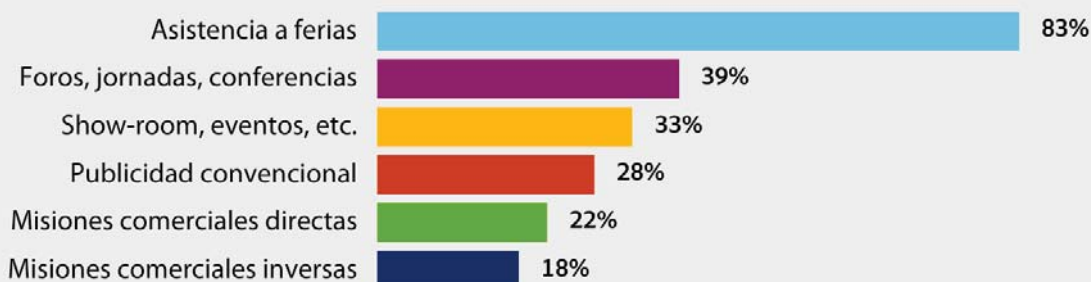
- Uso indebido del termino identificativo de la DOP en productos que no lo son, que origina competencia desleal y fraude a los consumidores.
- Niveles de exigencia muchas veces superiores a los del mercado comunitario.
- Fecha de caducidad.
- Producción reducida.
- La falta de diferencia en precio respecto a los productos convencionales.

### V.7. ¿Realiza la DOP/IGP promoción comercial en los mercados exteriores?



\* 111 respuestas totales, 99% de envíos

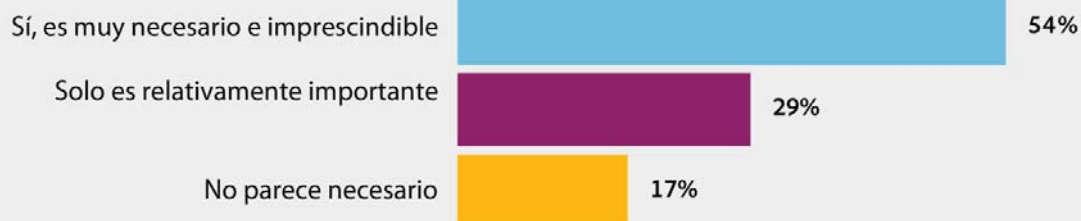
### V.8. ¿Qué instrumentos de promoción comercial exterior utiliza normalmente la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)



#### Otros indicados:

- Campañas de promoción con ICEX y Empresas Administrativas Autonómicas.
- Promoción institucional
- Degustaciones en punto de venta, concurso de recetas on-line.
- No se hace promoción comercial exterior.
- Catas comentadas.
- Degustaciones en punto de venta.
- Promoción en medios digitales.

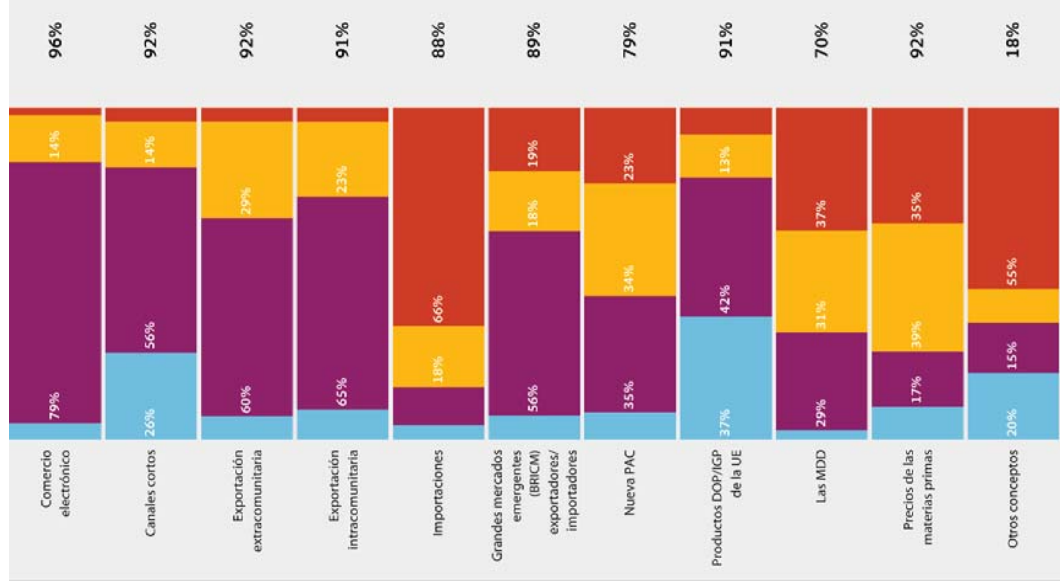
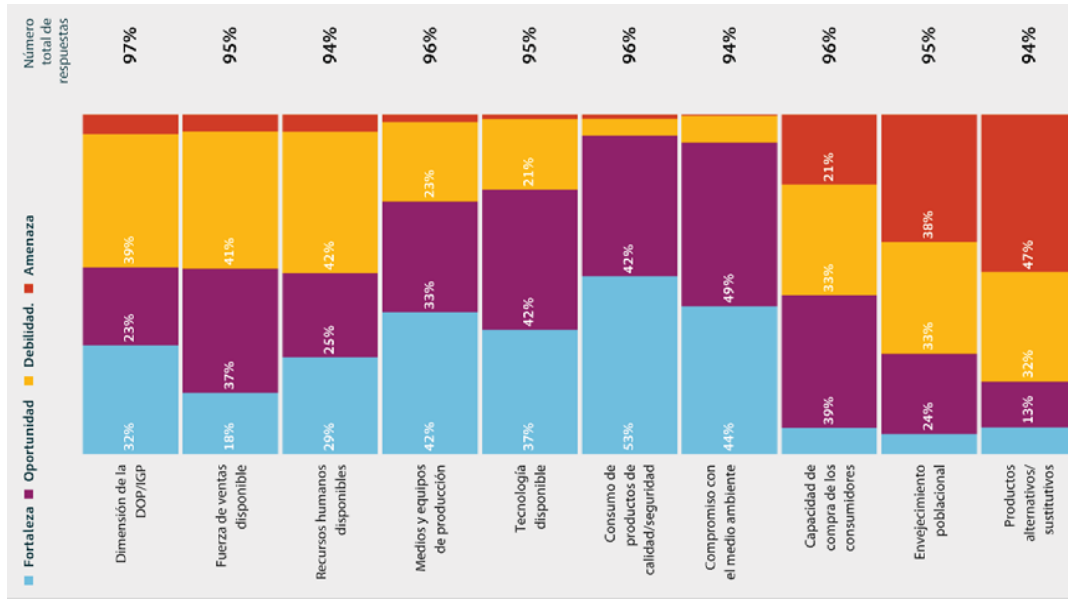
### V.9. ¿Considera necesario potenciar las exportaciones de la DOP/IGP para garantizar su viabilidad futura?



\* 107 respuestas totales, 96% de envíos



VI.1. Por favor, señale en cada uno de los conceptos que se indican a continuación su valoración como fortaleza, oportunidad, debilidad o amenaza (entendiendo por FORTALEZA, los puntos fuertes, las ventajas competitivas, etc; por OPORTUNIDAD, nuevas opciones de mercado, nuevos desarrollos, etc; por DEBILIDAD, las deficiencias estructurales, las dificultades operativas, etc; y por AMENAZA, los riesgos de nuevas competencias, los riesgos de crisis de uno u otro tipo; etc; y en cada caso, como consecuencia de los aspectos que se señalan)



**VI.1. Por favor, señale en cada uno de los conceptos que se indican a continuación su valoración como fortaleza, oportunidad, debilidad o amenaza (entendiendo por FORTALEZA, los puntos fuertes, las ventajas competitivas, etc; por OPORTUNIDAD, nuevas opciones de mercado, nuevos desarrollos, etc; por DEBILIDAD, las deficiencias estructurales, las dificultades operativas, etc; y por AMENAZA, los riesgos de nuevas competencias, los riesgos de crisis de uno u otro tipo; etc; y en cada caso, como consecuencia de los aspectos que se señalan) (CONTINUACIÓN):**

**Otros indicados:**

- Formación empresarial y comercial para las empresas familiares y sobre todo para las cooperativas.
- Es referente a la materia prima. El ganadero debe de percibir un precio que le permite ganar dinero y le estimule a la producción de cerdos con destino a la DOP.
- En el caso del cordero, la disminución tan notable en el consumo de la carne de cordero en la población española.
- Gestión desarrollada por la Administración de la CCAA relacionada con DOP/IGP agroalimentarias.
- Competencia desleal, mal uso o uso fraudulento de la marca.
- Desconocimiento de las IGP'S por parte del consumidor.
- Graneles
- Reputación y prestigio de la marca Jijona - valor añadido
- Hábitos de consumo: Tendencia a comprar patata lavada, por su buen aspecto exterior, no teniendo en cuenta su calidad, sabor y usos culinarios.
- Escasez de materias primas debido al reducido número de productores dentro de la zona de influencia.
- Desconocimiento por parte del consumidor de la diferencia real de estos productos respecto a otros de nombre similar pero de menor calidad (es el principal problema) junto a la búsqueda de consumidor final que pueda pagar y valorar el supuesto incremento de precio que debería existir.

## OPINIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA PLANTEADAS POR LAS DOP'S/IGP'S EN LA CONSULTA REALIZADA

A continuación se recogen las opiniones, consideraciones, sugerencias y propuestas aportadas por las DOP'S/IGP'S. Por su interés y por considerar que ofrecen una visión general de las inquietudes y preocupaciones del sector, se transcriben literalmente tal y como están expresadas en los cuestionarios.

- Se necesitaría potenciar más a las figuras de calidad. En este caso DOP en materia de gasto estructural y de mantenimiento, así como al propio agricultor vía PAC o ayuda directa ya que está realizando un esfuerzo muy importante por la calidad y el respeto al medio ambiente, cumpliendo los requisitos del pliego de condiciones de la propia DOP y contribuyendo al asentamiento en las zonas rurales.
- Las cooperativas de esta DOP son la mayor empresa que existe en el municipio y la mayoría de los agricultores viven de ella y de su esfuerzo por obtener la producción con la máxima calidad. Si no somos capaces de repercutir ese esfuerzo en las rentas directas que les llegan, cada vez serán menos los que apuesten por estas figuras y el esfuerzo que conlleva el pertenecer a ellas ya que no ven recompensado su compromiso, abandonando el medio rural y empobreciendo el cultivo que se verá abandonado.
- No es un requisito de la norma que se tenga que comercializar un porcentaje como producto convencional, sino que es una imposición del mercado, que no es capaz de absorber todo lo que se produce.
- Las Denominaciones de Calidad, sí que son apreciadas por el consumidor como sinónimo de autenticidad, calidad y tradición, pero es necesario realizar esfuerzos para dar a conocer, mediante publicidad genérica, los elementos distintivos que el consumidor debe exigir, para distinguirlos de otros que se prestan a confusión.
- La formación/información a los prescriptores, jefes de compra, charcuteros, cocineros, etc, también resulta imprescindible.
- Consideramos que las DOP y IGP no tienen suficiente apoyo, son productos de calidad, de proximidad y de tradición, producidos y elaborados por pequeños productores y pequeñas cooperativas/empresas mayoritariamente, cuyo esfuerzo para producirlos y exigencias son más costosos económicamente, por lo que consideramos que es necesario potenciar más dichos distintivos de calidad.
- La gran distribución comercial, mayoritariamente, no está interesada en este tipo de productos, que algunas veces, utiliza porque dan prestigio, no existiendo correlación comercial.
- Ante la falta de resultados y los crecientes inconvenientes, los productores y empresas acogidos van perdiendo la ilusión y la motivación, y dejan de creer en estas figuras que suponen un sobre coste productivo que no remunera el mercado.
- La política de la UE no impide que productos de terceros países puedan acogerse a registro e inscripción en el sistema europeo. Así ha pasado con determinadas frutas y hortalizas chinas.

- Necesidad de recibir apoyo institucional/financiero a nivel autonómico para poder desarrollar mejor las actividades de control y promoción.
- Los Consejos Reguladores de algunos sellos de calidad necesitamos el apoyo de la Administración por estar en sectores estratégicos y no disponer de recursos propios como consecuencia de que nuestro sector está poco estructurado y le falta madurez.
- Somos Marca Europea y como tal debe ser defendida por la UE ya que competimos con productos de países terceros con exigencias menores que las requeridas a nuestras Marcas, por lo que es responsabilidad de la Administración luchar contra el fraude y obligar a que se le exija a otros productos similares cumplir los mismos requisitos o bien primar los sobrecostes que requiere la producción de nuestros productos.
- Las I.G.P'S. de pequeño tamaño, necesitan contar con medios para poder llevar a las empresas asociadas hacia la exportación.
- En la actualidad solo podemos promocionar producto genérico y aunque es muy necesario, debemos salir a promocionar el producto acompañados por las empresas, su producto y su marca y no por ello perder las ayudas que se destinan a los Consejos Reguladores para la promoción genérica. Es difícil que empresas de pequeño tamaño, puedan exportar si no entendemos esto. Es posible que esta liberación no sea de interés para grandes empresas, pero sí para la mayoría de pequeñas, que no acceden solas a los mercados exteriores.
- La inversión en promoción está muy ligada a la cofinanciación de las empresas de la DOP. Sería bueno impulsar campañas de promoción con el 100% de subvención para ampliar impactos.
- El aprovechamiento de las reputaciones de las DOP/IGP por parte de terceros, mediante usos fraudulentos de marcas, nombres, designaciones, evocaciones, etc.... y el fraude directo es uno de los principales problemas.
- La burocracia debería ser: más clara, más concreta, menor.
- Normalmente sí que se valora el producto por los consumidores, pero no lo conocen adecuadamente ni lo diferencian con exactitud.
- Los recursos económicos que se disponen en los Consejos o los que se aportan desde la Administración son insuficientes dadas las necesidades para efectuar planes de marketing estratégicamente adecuados y mantenidos en el tiempo.
- La capacidad de efectuar actividades de marketing en las empresas depende del volumen de facturación y sus recursos, tanto humanos como económicos.
- Existe un gran desconocimiento por parte del consumidor del logo Europeo que identifica las IGP/DOP.
- Las Denominaciones de Origen en productos agrícolas ofrecen siempre un plus de sabor, calidad y seguridad alimenticia (siempre y cuando estén bien gestionadas) y deberían suponer un mayor nivel de ingresos para los productores y comercializadores, así como asegurar una renovación generacional y asentar población en zonas rurales en toda Europa. Competimos con productos extracomunitarios que no se ven sometidos a dichas

restricciones ni en el país de procedencia ni por parte de las administraciones de la U.E. o de cada Estado Miembro.

- Las trabas a la producción interna convencional también suponen trabas a la producción de Denominaciones de Origen y sin embargo los consumidores tienen también esos productos en los mercados procedentes de otros países en los cuales las trabas a la producción son mucho menores.
- Formar parte de una Denominación de Origen supone un aliciente (ya que te ayuda a diferenciarte en el punto de venta) pero a la larga supone un déficit de competitividad tanto para las producciones convencionales como para las provenientes de Denominaciones de Origen.
- Sería importante realizar campañas genéricas de promoción del producto con denominación de origen protegida.
- Necesidad de ayudas para comunicación y promoción de la Denominación de Origen, lo que incrementarían las ventas considerablemente, ya que es un producto muy bien considerado cuando lo conocen y prueban. Es una Denominación de Origen reciente, y necesita un impulso para abrir nuevos mercados.
- Facilitar los encuentros y promociones de productos protegidos bajo DOP e IGP, tanto en el territorio nacional como en terceros países.
- En el caso de las DOP/IGP dependientes de la CCAA es una debilidad que la normativa y requisitos de aplicación no sean homogéneos ya que se dan casos de CCAA muy exigentes y con buen desarrollo normativo y otras con nulo o escasa legislación desarrollada en cuanto a gestión y control de DOPS/IGPS que dificultan el desarrollo de las mismas.
- En caso de fraude el consumidor no dispone de procedimientos claros, definidos ni conoce los cauces a seguir para su denuncia.
- Desconocimiento por parte del consumidor de la figura de IGP. En muchos casos conocen una DOP pero no el significado de la IGP. Debería hacerse una campaña conjunta para la promoción de ambas figuras.
- Lamentablemente en nuestro producto (legumbres) se impone un sistema de consumo convencional de ventas a granel, que son mucho más atractivas para los consumidores que el producto envasado aunque lleve la contraetiqueta y el logotipo.
- En las D.O.P. de pequeña dimensión se necesita un mayor apoyo promocional sobre todo de cara al mercado exterior.
- Los costes que tienen que afrontar los pequeños productores/elaboradores inscritos en una D.O.P., no están directamente relacionados con el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto con D.O.P., y lo que tendría que ser una ventaja competitiva, en ocasiones se convierte en una debilidad.
- Sería de gran interés el desarrollo de campañas de información directa al consumidor para dar a conocer en mayor medida los productos con sello IGP.

- Existe un problema inherente a todos los organismos que certifican productos agroalimentarios. Tal problema no está asociado a la parte de la estructura de control de la entidad que se encarga de supervisar y garantizar al consumidor o cliente que el producto cumple con el pliego de condiciones. El problema está asociado con la parte de la estructura de gestión, es decir, la parte formada por los operadores y la administración competente; porque no hay que olvidar que la toma de decisiones en estos organismos ha de estar tutelada por dicha administración, pues los bienes que se gestionan, son denominaciones geográficas, que son bienes inmateriales de toda la sociedad asociadas a la reputación y prestigio conseguida con el paso de los años, y transmitida de padres a hijos, en una serie de productos vinculados a una zona geográfica, cuya profesionalidad, tradicionalidad, dedicación y perseverancia han sabido mantener y diferenciar en el mercado año tras año, y cuyo valor añadido ha llegado a ser reconocido por el consumidor de hoy en día.

Mientras no se regule a nivel de Administración, de tutela y desde un punto de vista jurídico y de competencia, la entrada/salida de marcas comerciales a los consejos reguladores, por mucha estructura de control que garantice las características del producto, la reputación y prestigio del producto que perciben los consumidores se verá deteriorada / difuminada por hechos como el que he expuesto pues, el mismo consumidor no entenderá, no percibirá como una marca comercial a la que es asiduo, su producto de compra un año es DOP, IGP y al año siguiente ya no lo es... esto debe regularse de forma oficial en los productos con DOP-IGP y debe evitarse, de lo contrario, todo esfuerzo y gasto en promoción no tendrá sentido, porque en cualquier momento la base de valor añadido se puede desmoronar por estas actuaciones permitidas.

- Apoyo desde la PAC a los productores que participan en programas de calidad diferenciada.
- En nuestro producto, por lo que respecta a la distribución, el principal problema son los grandes márgenes del proceso de comercialización (lo mismo que ocurre con el resto de las producciones hortofrutícolas), que hace que la diferencia entre el precio del producto envasado en origen y el que paga el consumidor, sea muy elevada, con lo cual se reduce el precio al productor y el margen al almacenista, pudiendo llegar a no hacer rentable esta producción. Además la gran fluctuación de precios del producto (debido a la no existencia de una OCM y las importaciones a bajo precio de otros países), provocan que algunas campañas los agricultores no puedan cubrir los costes de producción, y dejen de cultivar. Además el envejecimiento de la población agraria, sin relevo generacional, provoca que desaparezcan explotaciones productoras de año en año.
- Uno de los principales problemas que tienen las DOP es la acreditación en la NORMA UNE-17065 de obligado cumplimiento. La acreditación supone un gran esfuerzo económico para las propias DOP y sus inscritos.
- Respecto a los aceites de oliva, los consumidores no conocen la clasificación de los aceites y solo compran dependiendo del precio y la publicidad engañosa de las grandes cadenas de distribución donde vende el Aceite de oliva .....(suave o intenso) como si fuese Aceite de Oliva Virgen Extra, a un precio más barato.
- Los Consejos Reguladores de figuras de calidad de pequeñas dimensiones (en número de inscritos y en producción) y de zonas despobladas y de precario desarrollo, necesitan un tratamiento distinto del que se da a los grandes ya que sus necesidades son distintas. Estos no pueden crecer por la escasez de productores y por tanto de materias primas y necesitan un apoyo especial de las administraciones tanto para promoción, que fomente el consumo y la producción como para atraer fomentar y consolidar la implantación de nuevos operadores

del sector productor. Esto contribuiría a la vez al asentamiento y consolidación de población y actividad económica ligada al medio rural. Es una oportunidad de desarrollo, con un gran potencial a tener en cuenta en el caso de estas zonas.

- Desde nuestra DOP necesitamos urgentemente que se valore nuestro producto y aumenten las ventas para que agricultores y almazaras sigan trabajando y mejorando cada campaña en la calidad de los aceites. Anterior a la crisis actual, mucha clase media consumía productos diferenciados. Actualmente no es así. Si unimos a que las industrias que nos representan en nuestro caso no se han preocupado en nada o casi nada de mantener o/y incrementar el precio del producto (debería ser bastante mayor) a través de un marketing efectivo, pues no siempre han diferenciado lo suficiente desde el punto de vista comercial el producto amparado de los de máxima calidad no amparados por las D.O.P.'s.
- Debido a las situación económica que sufre la sociedad y específicamente esta Denominación de Origen Protegida, realizamos las siguientes consideraciones que creemos oportunas para un adecuado crecimiento de las marcas de calidad diferenciada y su reconocimiento por el cliente final:
  - Competencia desleal entre los propios productores y comercializadores de la zona protegida, ya que, a día de hoy, el encontrarse inscrito en la Denominación supone unos costes importantes tanto a nivel estructural como productivo y de manipulación que, hasta el momento, no son recuperables en la venta del producto diferenciado. Por ello, muchos agricultores y elaboradores no se encuentran inscritos, suponiendo una grave amenaza para aquellos socios inscritos que realizan un gran esfuerzo para vender el producto con DOP. Es necesario algún tipo de medida que evite esta situación de potencial riesgo para los productos de calidad diferenciada.
  - Dicha situación se debe a diversos factores:
    - Los gastos totales necesarios para el funcionamiento de la DOP son cubiertos por los socios (productores y elaboradores)
    - Esta situación genera que las partidas para promoción y publicidad sean muy bajas al no ser viable económicamente, ya que el mantener la estructura supone una partida importante para los socios inscritos.
    - No se reciben ayudas de ningún tipo, y específicamente a nivel europeo, para el desarrollo promocional, tecnológico y protección de estos productos, aunque la nueva PAC destaque la importancia de los productos de calidad diferenciada.
  - Desprotección total ante fraudes, ya que no es viable económicamente por las DOP poder realizar controles a nivel de puntos de venta.
- Cuando decimos que hay dificultades en los aprovisionamiento, como cuando marcamos como débiles los precios de la materia prima es porque dependemos de que el pescado entre o no en nuestras aguas y sobre todo que es muy necesaria la vigilancia de los caladeros para evitar su agotamiento.
- Consideramos que no hay una cultura de la calidad que supone la pertenencia a una IGP, y por ello es necesario que se haga una amplia promoción de lo que supone la obtención y mantenimiento de la IGP, así como la seguridad alimentaria que aporta. Es necesario una amplia campaña de información al consumidor final para que conozca lo que supone este distintivo y los controles que realiza.

- Desde nuestro punto de vista, un mayor apoyo institucional a IGP con características como la nuestra es básico, porque nuestro mercado potencial es exclusivamente interno.
- En el caso concreto de una IGP como la nuestra, basada en un producto perecedero rápido como es el pan, el apoyo institucional a la hora de promocionar el producto es un hecho de suma importancia. En nuestro mercado el pan es un producto reclamo entre grandes cadenas de distribución, por lo que la industria tradicional panadera (que es la que se integra en la IGP) tiene serios problemas para competir con economías de escala como sucede con las grandes panificadoras industriales que surten a las grandes superficies y el canal Horeca en general.

El desconocimiento del consumidor de lo que representan los productos amparados en una IGP/DOP hace que nuestro potencial mercado, en un porcentaje muy elevado, opte por precio a la hora de comprar el pan, sin discernir sobre calidades o procesos de producción artesanal.

Las administraciones deberían tener en cuenta esta realidad. En muchas poblaciones, las empresas integradas en la IGP son de las pocas industrias que quedan. Su existencia garantiza empleo estable y también autoempleo, además de generar un movimiento económico paralelo como son empresas proveedoras, hostelería, turismo, etc.

Desde nuestro punto de vista, las administraciones públicas deberían potenciar la imagen de este tipo de productos autóctonos con programas específicos dirigidos al consumidor interno, pero también al potencial turístico.



## IV. RESUMEN FINAL DE ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

## IV. RESUMEN FINAL DE ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

El objetivo básico del trabajo realizado era “**caracterizar la producción de alimentos de calidad diferenciados por su calidad/ origen (DOP e IGP) en términos de competitividad y eficiencia comercializadora.**

Para lo cual se ha llevado a cabo un detallado análisis de determinados **indicadores de competitividad** de interés prioritario, así como de determinados **factores o aspectos condicionantes de la eficiencia comercializadora** de las DOP’S/IGP’S.

Del **Análisis de los Indicadores de Competitividad** se podrían destacar algunas conclusiones principales sobre las DOP’S/IGP’S actualmente operativas en España:

- Hay un elevado número de DOP’S/IGP’S (168)
- La estructura de DOP’S/IGP’S ha seguido un continuado e intenso proceso de crecimiento en número y facturación global, aunque no haya crecido la dimensión promedio de las DOP’S/IGP’S ni de las empresas que las integran (manteniéndose muy por debajo de la dimensión promedio de las IAA’S)
- Tan solo 47 DOP’S/IGP’S alcanzan niveles de facturación superiores a los 5 millones de euros; mientras que 76 DOP’S/IGP’S tendrían facturaciones globales inferiores a 1 millón de euros/año.
- Como promedio, la facturación individual de las industrias DOP’S/IGP’S presenta valores muy reducidos (0,34 millones de ventas por industria frente a un valor promedio de 3,35 millones de euros en el caso de las IAA’S)
- Existe una significativa concentración de la facturación y de la exportación en unas pocas DOP’S/IGP’S:

| Cuadro 20                 |                            |                             |                                |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| Peso Específico (%)       | Las 5 Mayores DOP’S/ IGP’S | Las 20 Mayores DOP’S/ IGP’S | Las 148 Restantes DOP’S/ IGP’S |
| % de la facturación total | 32%                        | 59%                         | 41%                            |
| % de la exportación total | 48%                        | 60%                         | 40%                            |

- Las DOP’S(IGP’S están mucho más arraigadas en determinados sectores agroalimentarios que en otros (si bien se trata de los más importantes en la cesta de la compra alimentaria):

| Cuadro 21                                 |                      |                 |               |               |
|---|----------------------|-----------------|---------------|---------------|
| Sectores Agroalimentarios                 | % Nº DOP'S/<br>IGP'S | % Nº Industrias | % Facturación | % Exportación |
| Frutas, Hortalizas y Legumbres            | 18,5%                | 20,7%           | 36,7%         | 11,8%         |
| Cárnico (c. frescas, jamones y embutidos) | 17,3%                | 18,4%           | 22,3%         | 37,3%         |
| Lácteo (quesos, básicamente)              | 30,4%                | 24,4%           | 17,5%         | 27,3%         |
| Aceite de Oliva                           | 16,7%                | 13,3%           | 10,9%         | 12,8%         |
| Panadería y Repostería                    | 7,1%                 | 6,8%            | 7,2%          | 4,2%          |
| <b>TOTAL 5 SECTORES</b>                   | <b>90,0%</b>         | <b>83,6%</b>    | <b>94,6%</b>  | <b>93,4%</b>  |

- En todas las CCAA hay implantadas DOP'S/IGP'S, aunque es mayor la implantación en Andalucía, Cataluña, Galicia, Castilla y León y Castilla La Mancha (estas 5 CCAA ya cuentan con el 56% de todas las DOP'S/IGP'S de España). En definitiva, el 95% de las DOP'S/IGP'S son de ámbito regional.
- Más de la mitad de las DOP'S/IGP'S realizan exportaciones (principalmente a mercados intracomunitarios); es decir, es bastante elevado el grado de internacionalización.
- El promedio de propensión exportadora (% exportación sobre facturación) del conjunto global de las DP'S/IGP'S es similar al promedio del conjunto de IAA'S alimentarias (en torno al 20,5% en ambos casos). Pero el valor promedio de la exportación por industria es muy reducido en las DOP'S/IGP'S, muy por debajo del que presentan las IAA'S (0,07 M. € por industria en las DOP'S/IGP'S frente a 0,69 M.€ por industria en las IAA'S)
- Las ventas totales de las DOP'S/IGP'S alimentarias representan el 1,2% de la facturación global de las IAA'S (sin incluir vinos y bebidas alcohólicas); y el 1,2% de las exportaciones. Se trata, por tanto, de una implantación bastante limitada dentro del contexto global de la agroalimentación española.
- No siempre toda la producción protegida con DOP/IGP se comercializa como tal, sino que se hace como producto convencional; este es especialmente significativo en sectores como aceite de oliva, frutas y hortalizas, legumbres, pescados y mariscos, y condimentos y especias.
- Tan solo en 5 subsectores agroalimentarios (jamones y paletas, quesos, aceite de oliva, arroz y sidra) los productos DOP/IGP consiguen representar más del 5% de la cuota de mercado correspondiente a sus respectivos subsectores; mientras que en más de 8 de los subsectores analizados, dicha cuota de mercado no supera el 1%.
- Las 168 marcas diferenciadas DOP/IGP conviven con otras 211 marcas de garantía (o similares)

**EN DEFINITIVA, el Análisis de los Indicadores de Competitividad** pone de relieve la existencia de importantes opciones de mejora en cuanto a:

- Dimensión
- Concentración
- Diferenciación
- Internacionalización
- Diversificación sectorial

- Optimización de la comercialización DOP/IGP
- Normalización y regulación
- Vertebración e interlocución
- Etc.

Por su parte, del **Análisis de los Factores de Eficiencia de la Comercialización** también se podrían destacar otras importantes conclusiones:

- **Estructura y producción:**

- Fuerte orientación autonómica o comarcal en la producción.
- Diversidad de tipologías de socios de las DOP'S/IGP'S.
- Las DOP'S/IGP'S mantienen un importante volumen de empleo, buena parte del mismo en el medio rural.
- En buena parte de las industrias DOP/IGP se dispone de áreas especializadas en comercialización y/o calidad.
- Para una buena parte de las DOP'S/IGP'S no supone un problema o barrera el aprovisionamiento de materias primas o insumos.
- Casi ninguna DOP/IGP cree que la producción decrecerá en los próximos años.

- **Inversión y tecnología:**

- La inversión anual de las DOP'S/IGP'S es relativamente importante.
- Una mayoría de las instalaciones están bien conservadas.
- Una mayoría de las instalaciones no están suficientemente utilizadas.
- No supone un problema o necesidad la incorporación de tecnología.

- **Comercialización y mercado:**

- El factor origen, la calidad y la seguridad, son los atributos prioritarios en las DOP'S/IGP'S.
- La mayoría de las DOP'S/IGP'S venden en todo el territorio nacional.
- La mitad de las DOP'S/IGP'S venden habitual o coyunturalmente en el exterior.
- Son muy reducidas las ventas tanto al canal HORECA como a industrias terceras.
- Es muy importante el papel de mayoristas o plataformas organizadas; pero también es importante la venta directa a tiendas o minoristas especializados.
- Los productos DOP'S/IGP'S utilizan la distribución moderna como canal minorista prioritario, seguido de las tiendas especializadas; la venta directa es todavía reducida.
- Los productos DOP'S/IGP'S son mejor pagados que los convencionales en origen, en muchas ocasiones.
- Los productos DOP/IGP son algo más caros que los convencionales en el lineal de venta.
- Las DOP'S/IGP'S compatibilizan la marca de fabricante con la MDD.

- No es frecuente que los consumidores diferencien bien los productos DOP/IGP; o que los valoren suficientemente.
- La comunicación no es suficiente; y tampoco l es la promoción comercial.
- Una parte importante de la producción DOP/IGP es necesario comercializarla como convencional por exigencias de la distribución o falta de demanda.
- Muchas industrias DOP/IGP producen en paralelo productos convencionales.
- La financiación y gestión de la comunicación y promoción comercial se comparte entre organismos y entidades y empresas.
- No es suficiente el logotipo DOP/IGP como motivo de compra.
- Son muy numerosas y variadas las barreras que encuentran las DOP'S/IGP'S para exportar (los aspectos y factores relacionados con la exportación ya se han planteado en un capítulo anterior)

**De la consideración conjunta de uno y otro tipo de análisis (Competitividad y Eficiencia Comercializadora)** se puede elaborar y aportar, a modo de resumen, un sencillo **Análisis DAFO** referido al conjunto global de las DOP'S/IGP'S:

- **Principales debilidades**

- Proceso de crecimiento muy intenso pero no siempre guiado por proyectos económicos/ comerciales adecuados.
- Insuficiente dimensión individual.
- Excesivo número de DOP'S/IGP'S.
- Excesiva dispersión/ atomización.
- Insuficiente diferenciación real y/o capitalizable.
- Insuficiente internacionalización.
- Insuficiente diversificación de productos, mercados y canales.
- insuficiente utilización de la capacidad productiva y/o comercializadora.
- Insuficientes mecanismos de autorregulación sectorial.
- Insuficiente vertebración y/o capacidad de interlocución global.
- Insuficiente información y comunicación al consumidor y/o a la sociedad en general.
- Poco relevantes posicionamientos en los lineales de venta.
- Insuficiente percepción, valoración o diferenciación por el consumidor; e irrelevante promoción comercial.
- Reducida implantación en el food-service.
- Insuficiente diversificación o desarrollo de la estructura de mayoristas o de los canales de distribución minorista (incluido e-commerce).
- Competencia de otros formatos de marcas de garantía o productos diferenciados.

- **Principales fortalezas o ventajas:**

- Contrastada alta calidad de los productos.
- Buenos medios y equipos de producción.
- Aprovisionamiento garantizado y controlable.
- Alto nivel de internacionalización empresarial.
- Suficiente tecnología propia.
- Alta cualificación de los recursos humanos y directivos.
- Importante apoyo de los Consejos Reguladores.
- Importante estructura de vigilancia y control de los productos diferenciados.
- Valor positivo del compromiso con el medio rural y de la implantación en éste.
- Imagen favorable de los productos DOP/IGP.
- No se exigen inversiones cuantiosas para el funcionamiento o desarrollo de las DOP'S/IGP'S.
- Valor positivo de la imagen de tradición, autóctono, natural, familiar, etc.

- **Principales riesgos o amenazas**

- Competencia de los productos sustitutos, actuales o emergentes.
- Incremento de las importaciones de productos diferenciados.
- Mayor competencia exterior procedente de países emergentes.
- Mayores exigencias normativas o reguladoras procedentes de la UE.
- Mayor concentración de la distribución organizada y consiguiente mayor dilución o irrelevancia de los productos DOP/IGP en los lineales de venta.
- Mayores dificultades de aprovisionamiento.
- Encarecimiento de materias primas e insumos.
- Nuevas crisis económico-financieras.
- Incremento de la implantación de las MDD.
- Reducción de la población rural y abandono del medio rural.

- **Principales oportunidades**

- Creciente número de consumidores concienciados con la importancia del medio rural y la conservación del entorno medioambiental.
- Crecimiento del colectivo de consumidores claramente favorables a los productos autóctonos, naturales, tradicionales y garantizados.
- Desarrollo de los mercados locales.
- Desarrollo de los canales cortos de distribución.
- Desarrollo del e-commerce.
- Mayor implantación en los canales minoristas especializados.
- Mayor interés del HORECA por los productos DOP/IGP.

- Aparición de nuevos mercados exteriores emergentes.
- Nuevos apoyos de la PAC.
- Incorporación de jóvenes al medio rural.
- Incremento de la capacidad adquisitiva de los consumidores.

## **ANEXOS**

- **ANEXO 1: RELACIÓN DE DOP'S/IGP'S QUE HAN CUMPLIMENTADO EL CUESTIONARIO**
- **ANEXO 2: CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA CONSULTA**



**ANEXO 1:**  
**RELACIÓN DE DOP'S/IGP'S QUE HAN CUMPLIMENTADO EL  
CUESTIONARIO**

## DOP'S/IGP'S QUE HAN ENVIADO EL CUESTIONARIO CUMPLIMENTADO

1. Aceite Campo de Montiel
2. Aceite de Antequera
3. Aceite de Baena
4. Aceite de la Comunitat Valenciana
5. Aceite de La Rioja
6. Aceite de Monterrubio
7. Aceite de oliva Les Garrigues
8. Aceite de oliva Montoro Adamuz
9. Aceite de oliva Siurana
10. Aceite de oliva virgen de Estepa
11. Aceite de Terra Alta
12. Aceite del Baix Ebre Montsià
13. Aceite de los Montes de Granada
14. Aceite Montes de Toledo
15. Aceite de la Sierra de Cádiz
16. Aceite de la Sierra de Cazorla
17. Aceituna Aloreña de Málaga
18. Afuega'l Pitu
19. Ajo morado de La Pedroñeras
20. Alcachofa de Tudela
21. Arroz de Calasparra
22. Arroz del Delta del Ebro
23. Arzúa Ulloa
24. Berenjenas de Almagro
25. Caballa y melva de Andalucía
26. Cabrales
27. Carne de Ávila
28. Carne de Cantabria
29. Carne de la Sierra de Guadarrama
30. Castaña de Galicia
31. Cebolla de Fuentes de Ebro
32. Cecina de León
33. Cerezas y picotas del Jerte
34. Chorizo de Cantimpalo
35. Chorizo Riojano
36. Chosco de Tineo
37. Cítricos Valencianos
38. Coliflor de Calahorra
39. Condado de Huelva (Vinagres y vinos)
40. Cordero de Extremadura – CORDEREX
41. Cordero de Navarra
42. Cordero Manchego

43. Espárrago de Huetor Tajar
44. Espárrago de Navarra
45. Faba Asturiana
46. Fundación Hazi – Euskal Okela
47. Fundación Hazi – Guernikako Piperra
48. Garbanzo de Fuentesauco
49. Grelos de Galicia
50. Guijuelo
51. Idiazábal
52. Jamón y paleta de Huelva
53. Jamón de Trévelez
54. Jamón y paleta de Teruel
55. Jamones y paletas Dehesa de Extremadura
56. Jijona y Turrón de Alicante
57. Judías de El Barco de Ávila
58. Lacón Gallego
59. Lenteja de La Armuña
60. Lenteja pardina de Tierra de Campos
61. Mantecadas de Astorga
62. Mantecados de Estepa
63. Mantequilla de l'Alt Urgell-Cerdanya
64. Mantequilla de Soria
65. Manzana reineta de El Bierzo
66. Mejillón de Galicia
67. Melocotón de Calanda
68. Miel de Galicia
69. Nísperos de Callosa d'En Sarriá
70. Oli de Mallorca
71. Pá de Pagés Catalá
72. Pan de Cea
73. Pataca de Galicia
74. Patates de Prades
75. Pemento de Herbón
76. Pemento do Couto
77. Pera de Jumilla
78. Pera de Lleida
79. Pera de Rincón de Soto
80. Pimentón de la Vera
81. Pimentón de Murcia
82. Pimiento Piquillo de Lodosa
83. Plátano de Canarias
84. Pollo y capón del Prat
85. Poma de Girona
86. Queso Casín
87. Queso de Cantabria

88. Queso de l'Alt Urgell-Cerdanya
89. Queso de Mahón
90. Queso de Murcia y queso de Murcia al vino
91. Queso de San Simón da Costa
92. Queso Ibores
93. Queso Manchego
94. Queso Picón Bejes Tresviso
95. Queso Roncal
96. Queso Tetilla
97. Queso Zamorano
98. Quesucos de Liébana
99. Sidra Asturiana
100. Sierra de Segura
101. Sobaos y quesadas de Cantabria
102. Sobrasada de Mallorca
103. Tarta de Santiago
104. Ternasco de Aragón
105. Ternera Asturiana
106. Ternera de Extremadura
107. Ternera de Navarra
108. Ternera Gallega
109. Torta del Casar
110. Uva de mesa embolsada de Vinalopó
111. Vinos de Jerez
112. Anónimo

## **ANEXO 2:**

### **MODELO DE CUESTIONARIO UTILIZADO EN LA CONSULTA**

## CUESTIONARIO SOBRE CARACTERIZACIÓN DE LAS DOP/IGP

La Subdirección General de Calidad Diferenciada y Producción Ecológica del MAGRAMA ha puesto en marcha un estudio orientado a establecer la **“Caracterización de las Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas en términos de competitividad y eficiencia comercializadora”**, cuya finalidad es identificar los aspectos y factores que caracterizan y condicionan el funcionamiento de las DOP/IGP, así como plantear las necesidades de mejora de las mismas, especialmente en el campo de la competitividad y la comercialización, con especial atención a la potencialidad exportadora de los productos españoles con DOP/IGP, identificando el posicionamiento de dichos productos en los mercados internacionales y las posibilidades o nichos de mercado de los mismos.

Al tal fin, se ha circulado el presente cuestionario solicitando determinada información sobre diferentes aspectos de las DOP/IGP. Obviamente toda la información recogida tendrá un tratamiento absolutamente confidencial, integrándose toda ella sin que en ningún caso sea posible identificar respuestas o propuestas individuales concretas.

Una vez cumplimentado el cuestionario bastará con pulsar "ENVIAR" en la casilla que aparece al final del cuestionario; de esta forma su respuesta se recepcionará directamente para proceder a su tabulación e integración automática con el resto de información que se reciba.

**POR FAVOR CUMPLIMENTE Y ENVÍE ESTE CUESTIONARIO ANTES DEL 8 DE AGOSTO DE 2014.** Para la cumplimentación del cuestionario en cada una de sus cuestiones se indican las correspondientes instrucciones.

Para cualquier consulta puede contactar con Ángela Liarte, e-mail: [a.liarte@prodescon.es](mailto:a.liarte@prodescon.es), teléfono 639306385.

¡Muchas gracias por su valiosa colaboración, sin la cual no sería posible llevar a cabo el trabajo previsto!

### I. IDENTIFICACIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN / INDICACIÓN GEOGRÁFICA

|   |                      |               |                      |
|---|----------------------|---------------|----------------------|
| NOMBRE DEL PRODUCTO PROTEGIDO   | <input type="text"/> |               |                      |
| NOMBRE DEL CONSEJO REGULADOR O AGRUPACIÓN SOLICITANTE                   | <input type="text"/> |               |                      |
| Nombre de la persona responsable de la cumplimentación del cuestionario | <input type="text"/> |               |                      |
| Cargo de la persona que cumplimenta el cuestionario                     | <input type="text"/> |               |                      |
| Domicilio   | <input type="text"/> |               |                      |
| Población   | <input type="text"/> |               |                      |
| Provincia   | <input type="text"/> | Código postal | <input type="text"/> |
| Correo electrónico  | <input type="text"/> | Teléfono      | <input type="text"/> |
| Página web  | <input type="text"/> |               |                      |

### II. INFORMACIÓN GENERAL DE LA DOP/IGP

#### II.1. Tipología

- Denominación de Origen Protegida
- Indicación Geográfica Protegida

**II.2. Delimitación de la zona geográfica diferenciada**

- Una comarca
- Varias comarcas, completas o no
- Una provincia
- Varias provincias, completas o no
- Una Comunidad Autónoma
- Ámbito supraautonómico

**II.3. Dependencia orgánica de la DOP/IGP**

- Estatal
- Autonómica

**II.4. Requisitos justificativos de la diferenciación, además de la delimitación geográfica (puede señalar una o varias respuestas)**

- Materias primas específicas de la zona
- Procesos específicos de producción o elaboración
- Especiales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas
- Otros (indíquelos)

**II.5. Responsabilidad de la verificación del cumplimiento de los requisitos del producto diferenciado**

- Autoridad competente
- El Consejo Regulador
- Organismos de certificación y control privados y acreditados

**II.6. ¿En la comercialización de los productos DOP/IGP, ¿se utilizan además de forma conjunta otros distintivos de calidad? (puede señalar una o varias respuestas)**

- Marcas de Garantías de Calidad
- Marcas de Calidad Alimentaria
- Denominación de Calidad
- Marca Q
- Otros (indíquelos)

**II.7. Tipología de socios del Consejo Regulador (puede señalar una o varias respuestas)**

- Productores individuales (agrícolas y/o ganaderos)
- Cooperativas y/o SAT
- Industrias de transformación
- Empresas de comercialización y/o distribución
- Otros (indíquelos)

**II.8. Número total de trabajadores (fijos más eventuales equivalentes) del conjunto global de empresas de la DOP/IGP**

- Más de 500 empleados
- Entre 300 y 500 empleados
- Entre 150 y 300 empleados
- Entre 50 y 150 empleados
- Entre 10 y 50 empleados
- Menos de 10 empleados

**II.9. Estructura de recursos humanos de las empresas de la DOP/IGP (Indique el porcentaje de las empresas correspondiente a cada estrato de número de trabajadores)**

|                          | >50% de las empresas  | Entre 20% y 50% de las empresas | Entre 10% y 20% de las empresas. | Entre 5% y 10% de las empresas | < 5% de las empresas  |
|--------------------------|-----------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| > 100 empleados          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |
| Entre 50 y 100 empleados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |
| Entre 20 y 50 empleados  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |
| Entre 10 y 20 empleados  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |
| Entre 5 y 10 empleados   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |
| < 5 empleados            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> |

**II.10. Por favor, indique qué grado de desarrollo han adquirido en las empresas de la DOP/IGP las áreas que se indican**

|                            | Se dispone de estas áreas en más del 50% de las empresas | Se dispone de estas áreas en menos del 50% de las empresas |
|----------------------------|--|--|
| Área Comercial / Promoción | <input type="radio"/>                                    | <input type="radio"/>                                      |
| Área Técnica / Calidad     | <input type="radio"/>                                    | <input type="radio"/>                                      |

**II.11. Inversión anual en activos materiales (promedio del conjunto de los miembros de la DOP/IGP)**

- Normalmente la inversión anual es superior al 10% de la facturación
- Normalmente la inversión anual se sitúa entre el 1% y el 10% de la facturación
- Normalmente la inversión anual es inferior al 1% de la facturación

**III. INFORMACIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA**

**III.1. Situación de las instalaciones productivas**

- Modernas y bien conservadas en prácticamente todos los operadores
- Relativamente envejecidas y necesitadas de algunas mejoras/inversiones en una parte importante de los operadores
- Muy obsoletas en la mayoría de los operadores



### III.2. Utilización de las instalaciones productivas

- Máxima utilización de la capacidad productiva en prácticamente todos los operadores
- Media utilización de la capacidad productiva en una parte importante de los operadores
- Elevado grado de infrautilización de la capacidad productiva en la mayoría de los operadores

### III.3. Potencial tecnológico disponible

- Se dispone de alta capacidad tecnológica en la mayor parte de operadores
- El proceso no exige importantes desarrollos tecnológicos y las instalaciones son las adecuadas
- No existe suficiente capacidad tecnológica en determinadas áreas en cierta parte de operadores
- La tecnología disponible está obsoleta y precisa renovarse en la mayor parte de los operadores

### III.4. Aprovechamiento

- Fácil y accesible disponibilidad de materias primas e insumos
- Existen ciertas dificultades estructurales o coyunturales, para acceder a materias primas o insumos, en condiciones aceptables
- Es muy costoso y complejo, de forma general, el acceso a materias primas o insumos

### III.5. Aspectos o atributos en los que se soporta el atractivo comercial de los productos DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)

- Calidad objetiva
- Procedencia/ origen/ autóctonos
- Seguridad/control
- Precio competitivo (calidad/precio)
- Aspectos medioambientales
- Aspectos de bienestar animal
- Moda/cultura
- Otros (indíquelos)

### III.6. Tendencia de la producción de la DOP/IGP

- Crecerá con fuerza en los próximos años
- Crecerá ligeramente en los próximos años
- Se mantendrá el actual nivel de producción
- Disminuirá la producción en los próximos años

## IV. ACTIVIDAD COMERCIALIZADORA

### IV.1. Destino comercial de la producción vendida

|  | > 80%                 | 50% - 80%             | 20% - 50%             | < 20%                 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Para comercialización en el mercado interior | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Para exportación                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Para HORECA                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Para otras industrias de transformación      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**IV.2. ¿Cuál es el ámbito de comercialización y distribución de los productos de la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)**

- Local
- Provincial
- Autonómico
- Estatal
- Internacional

**IV.3. ¿Cómo se realiza la comercialización intermedia destinada al mercado interior? (puede señalar una o varias respuestas)**

- A través de mayoristas o intermediarios
- Directamente a plataformas de la Distribución Organizada
- Directamente a tiendas y/o minoristas especializados
- A través de mercadillos, ferias, eventos o similares
- Otros circuitos (indíquelos)

**IV.4. ¿Cómo es la distribución final o minorista de los productos DOP/IGP?**

|  | > 80%                 | 50% - 80%             | 20% - 50%             | 10% - 20%             | < 10%                 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ventas a través de la Distribución Moderna (Hipermercados, supermercados, discounts) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ventas a través de tiendas tradicionales o especializadas                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ventas directas desde explotación o fábrica  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Otros formatos de distribución minorista final (mercadillos, eventos, regalos, etc.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**IV.5. ¿Cuál es el diferencial de precios pagados en origen a los productores y/o elaboradores de la DOP/IGP, respecto a los pagados a los homólogos convencionales?**

- Los productos DOP/IGP son mejor pagados en origen (más de un 10%)
- Los productos DOP/IGP son algo mejor pagados en origen (entre un 1% y un 10%)
- Los productos DOP/IGP tienen similar precio en origen que sus homólogos convencionales
- Los productos DOP/IGP a veces son peor pagados en origen que sus homólogos convencionales

**IV.6. ¿Cuál es el diferencial de precio en punto de venta entre los productos de la DOP/IGP y sus homólogos convencionales?**

- Los productos DOP/IGP son mucho más caros (más de un 30%)
- Los productos DOP/IGP son bastante más caros (entre un 10% y un 30%)
- Los productos DOP/IGP son un poco más caros (entre un 1% y un 10%)
- Son igual de caros
- Son más baratos

**IV.7. ¿Cuál es la política de marca seguida?**

- Solo se vende con Marca de Fabricante
- Una pequeña parte se vende con Marca de la Distribución (MDD) y el resto con Marca de Fabricante
- La mayor parte se vende con Marca de la Distribución (MDD)

**IV.8. Conocimiento, percepción y valoración por los consumidores de los productos de la DOP/IGP**

- En general, los consumidores diferencian, perciben y valoran con claridad y favorablemente los productos DOP/IGP ofertados
- Normalmente diferencian los productos DOP/IGP pero no siempre valoran suficientemente sus atributos y/o calidad
- No conocen, ni diferencian, ni valoran los productos DOP/IGP

**IV.9. ¿Qué porcentaje de la producción de la DOP/IGP se tiene que comercializar como producto convencional**

- Más del 50%
- Entre el 20% y el 50%
- Entre el 10% y el 20%
- Entre el 1% y el 10%
- Ninguna

**IV.10. ¿Se elaboran y comercializan en la misma industria que elabora los productos DOP/IGP, productos similares no amparados por la DOP/IGP?**

Por favor, indique los motivos por los que se ve obligado a dicha comercialización ocasional, en su caso.

- Sí, siempre
- No, nunca
- Solo ocasionalmente

**IV.11. ¿Es suficiente la comunicación y/o promoción que se hace de los productos de la DOP/IGP, ya sea de carácter institucional y/o del propio Consejo Regulador?**

- Es suficiente y adecuada
- No es totalmente suficiente o bien no siempre es adecuada
- Es totalmente insuficiente y/o inadecuada

**IV.12. ¿Es suficiente la comunicación y/o promoción que se hace de los productos de la DOP/IGP, directamente por parte de sus empresas?**

- Es suficiente y adecuada
- No es totalmente suficiente o bien no siempre es adecuada
- Es totalmente insuficiente y/o inadecuada

**IV.13. ¿Quién realiza y financia la promoción comercial de los productos de la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)**

- El Consejo Regulador
- Las empresas de la DOP/IGP individualmente por su cuenta
- Organismos de Promoción de la Comunidad Autónoma
- Organismos de Promoción Estatales
- Otros (indíquelos)

**IV.14. ¿Cual es la relación en porcentaje entre el gasto total en promoción de la DOP/IGP (Institucional + empresas) y las ventas totales de la DOP/IGP?**

- Más del 10%
- Entre el 5% y el 10%
- Entre el 2% y el 5%
- Entre el 1% y el 2%
- Ninguno

**IV.15. ¿Considera que una mayor inversión en promoción y comunicación impulsaría las ventas de productos de la DOP/IGP?**

- Las ventas mejorarían claramente
- Un esfuerzo inversor pequeño supondría un incremento apreciable de las ventas
- Se necesitaría un esfuerzo inversor muy grande para lograr ciertos crecimientos en las ventas
- A pesar de los esfuerzos no mejorarían las ventas

**IV.16. ¿Considera que el logotipo de la DOP/IGP influye en la decisión de compra del consumidor?**

- Influye decisivamente y de forma muy positiva
- Solo influye relativamente, pero prevalecen otros criterios de compra
- No influye prácticamente

## **V. INTERNACIONALIZACIÓN**

**V.1. ¿Cuál es el porcentaje de empresas exportadoras respecto al total de empresas de la DOP/IGP?**

- Más del 50%
- Entre el 30% y el 50%
- Entre el 15% y el 30%
- Entre el 5% y el 15%
- Entre el 1% y el 5%
- Ninguno

**V.2. ¿Exporta regularmente la DOP/IGP?**

- Si, exporta habitualmente
- Solo exporta de vez en cuando
- No exporta nunca o casi nunca

**V.3. ¿Qué porcentaje de las exportaciones de la DOP/IGP corresponde a mercados extracomunitarios?**

- Más del 60%
- Entre el 40% y el 60%
- Entre el 20% y el 40%
- Entre el 10% y el 20%
- Entre el 1% y el 10%
- Ninguno

**V.4. Mercados exteriores COMUNITARIOS a los que normalmente se dirigen, de forma importante o mayoritaria, las exportaciones de la DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)**

- |   |                                  |                                  |                                   |                                      |
|---|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alemania           | <input type="checkbox"/> Francia | <input type="checkbox"/> Italia  | <input type="checkbox"/> Portugal | <input type="checkbox"/> Reino Unido |
| <input type="checkbox"/> Países Bajos       | <input type="checkbox"/> Bélgica | <input type="checkbox"/> Polonia | <input type="checkbox"/> Rumania  | <input type="checkbox"/> Austria     |
| <input type="checkbox"/> R. Checa           | <input type="checkbox"/> Suecia  | <input type="checkbox"/> Hungría | <input type="checkbox"/> Bulgaria |                                      |
| <input type="checkbox"/> Otros (indíquelos) | <input type="text"/>             |                                  |                                   |                                      |

**V.5. Mercados exteriores EXTRACOMUNITARIOS a los que normalmente se dirigen, de forma importante o mayoritaria, las exportaciones de la DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)**

- |   |                                  |                                    |                                    |                                    |                                |
|---|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> EEUU               | <input type="checkbox"/> Canadá  | <input type="checkbox"/> México    | <input type="checkbox"/> Brasil    | <input type="checkbox"/> Argentina | <input type="checkbox"/> China |
| <input type="checkbox"/> Corea Sur          | <input type="checkbox"/> India   | <input type="checkbox"/> Australia | <input type="checkbox"/> Sudáfrica | <input type="checkbox"/> Rusia     | <input type="checkbox"/> Suiza |
| <input type="checkbox"/> Turquía            | <input type="checkbox"/> Ucrania |                                    |                                    |                                    |                                |
| <input type="checkbox"/> Otros (indíquelos) | <input type="text"/>             |                                    |                                    |                                    |                                |

**V.6. Principales barreras que con mayor intensidad o frecuencia afectan a las exportaciones de los productos de la DOP/IGP (puede señalar una o varias respuestas)**

- De carácter sanitario y/o calidad
- De acceso a los canales de distribución
- Falta de dimensión de la oferta
- Escaso conocimiento de los productos ofertados por los mercados exteriores
- De carácter administrativo/burocrático
- De carácter logístico
- Escasa competitividad en precios
- Otras (indíquelas)

**V.7. ¿Realiza la DOP/IGP promoción comercial en los mercados exteriores?**

- Sí, regularmente
- Sí, aunque solo ocasionalmente
- Nunca o casi nunca

**V.8. ¿Qué instrumentos de promoción comercial exterior utiliza normalmente la DOP/IGP? (puede señalar una o varias respuestas)**

- Asistencia a ferias
- Misiones comerciales directas
- Misiones comerciales inversas
- Show-room, eventos, etc.
- Foros, jornadas, conferencias
- Publicidad convencional
- Otros (indíquelos)

**V.9. ¿Considera necesario potenciar las exportaciones de la DOP/IGP para garantizar su viabilidad futura?**

- Sí, es muy necesario e imprescindible
- Solo es relativamente importante
- No parece necesario



## VI. VALORACIÓN DE FORTALEZAS/OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES/AMENAZAS DE LA DOP/IGP

VI.1. Por favor, señale en cada uno de los conceptos que se indican a continuación su valoración como fortaleza, oportunidad, debilidad o amenaza (entendiendo por FORTALEZA, los puntos fuertes, las ventajas competitivas, etc; por OPORTUNIDAD, nuevas opciones de mercado, nuevos desarrollos, etc; por DEBILIDAD, las deficiencias estructurales, las dificultades operativas, etc; y por AMENAZA, los riesgos de nuevas competencias, los riesgos de crisis de uno u otro tipo; etc; y en cada caso, como consecuencia de los aspectos que se señalan)

|  | Fortaleza             | Oportunidad           | Debilidad.            | Amenaza               |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Dimensión de la DOP/IGP  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Fuerza de ventas disponible                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Recursos humanos disponibles                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Medios y equipos de producción                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tecnología disponible  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Consumo de productos de calidad/ seguridad                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Compromiso con el medio ambiente                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Capacidad de compra de los consumidores                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Envejecimiento poblacional                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Productos alternativos/ sustitutos                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Comercio electrónico   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Canales cortos   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Exportación extracomunitaria                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Exportación intracomunitaria                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Importaciones  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Grandes mercados emergentes (BRICM) exportadores/ importadores | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nueva PAC  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Productos DOP/IGP de la UE                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Las MDD  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Precios de las materias primas                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Otros conceptos  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

(Indíquelos)

## VII. APORTACIÓN DE OPINIONES, CONSIDERACIONES, SUGERENCIAS Y PROPUESTAS

VII.1. Por favor, aporte las opiniones, consideraciones, sugerencias o propuestas que considere oportunas y útiles para los fines del trabajo (utilice todo el espacio que precise)

### NOTA METODOLÓGICA

Una vez cumplimentado el cuestionario bastará con pulsar "**ENVIAR**" en la casilla que aparece al final de este cuestionario, de esta forma su respuesta se recepcionará directamente para proceder a su tabulación e integración automática con el resto de información que se reciba.

Obviamente, toda la información aportada será tratada de forma absolutamente confidencial y en ningún caso será posible identificar datos u opiniones individuales contenidos en los cuestionarios.

**¡POR FAVOR! CUMPLIMENTE Y ENVÍE ESTE CUESTIONARIO ANTES DEL 8 DE AGOSTO DE 2014**

Para cualquier consulta puede contactar con Ángela Liarte, e-mail: [a.liarte@prodescon.es](mailto:a.liarte@prodescon.es) , teléfono 639306385

¡Muchas gracias por su colaboración!

Enviar