



RELEVANCIA DEL SECTOR DE HONGOS COMESTIBLES PARA CASTILLA-LA MANCHA

Estudio de investigación

**Proyecto enmarcado dentro del programa de formación, difusión y
fomento de la economía social de Castilla-La Mancha**

Dirección y coordinación:

Juan Miguel del Real Sánchez-Flor

Equipo técnico:

Tomás Merino Rodríguez de Tembleque

Fecha:

Septiembre 2024

Índice

1. El porqué de este estudio	4
2. La producción de champiñón por el mundo	7
2.1. Producción de champiñón en el mundo	7
2.2. Producción de champiñón en Europa	11
2.3. Evolución de la producción en España.	12
2.4. Evolución de la producción de setas y otros hongos diferentes al champiñón en España	14
3. Relevancia económica del sector en Castilla-La Mancha.....	16
4. Empleo y fijación de población al medio rural	19
5. Contribución a la producción final agraria.....	24
6. Metodología de trabajo utilizada en este proyecto	25
6.1. Metodología de cálculo del valor social.....	25
6.2. Ficha técnica del proyecto	27
6.3. Metodología de trabajo con la que obtenemos las variables de valor del sector	28
7. La importancia del cálculo del valor social para el modelo cooperativo.....	32
7.1. El valor social de mercado	33
8. Variables de valor orientada a indicadores	35
8.1. Variables de valor identificadas para el sector a nivel europeo.....	35
8.2. Variables de valor. Categorías.....	37
8.3. Descripciones de las variables de valor y posibles indicadores que pueden contribuir a medir el valor que se aporta.....	42
8.4. Variables asociadas a grupos de interés	36
9. Ideas fuerza que desprenden del proyecto	37
10. Alineación del modelo cooperativo con los ODS.....	39

1. El porqué de este estudio

Los sistemas de contabilidad tradicional no suelen mostrar la verdadera imagen de lo que cualquier empresa aporta y detrae de su entorno. Esto provoca que exista **una falta de información sobre el impacto económico, social y territorial que el sector agroalimentario tiene sobre el medio rural.**

Suele ser común que los modelos industriales tradicionales y de gran impacto, así como el sector servicios, tiendan a deslocalizarse en el momento en el que la demanda de sus bienes cambia debido a los cambios de hábitos del consumidor medio, lo que provoca desmantelamiento económico y social sobre los territorios.

En el **modelo agroalimentario** y cooperativo esto no suele ocurrir, al estar **muy arraigado al municipio y la vertebración del territorio.**

El modelo tradicional de rendición de cuentas de carácter mercantilista muestra los activos, masas patrimoniales, bienes y derechos, así como obligaciones a través de su balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, la memoria y otros documentos como el informe de gestión. Este modelo tradicional de rendición de cuentas tiende a olvidarse factores que hacen sostenibles los proyectos más allá de sus estados financieros, tales como la percepción, el impacto sobre el territorio, el incremento de la renta disponible, la generación de servicios adicionales, la conservación de ecosistemas, la regeneración de los residuos, etc. A menudo, esta parte de valor queda relegada al olvido simplemente por una casusa: **no somos capaces de darle el valor económico que realmente tiene en el mercado simplemente porque nuestros sistemas de medición tradicionales no cuantifican este tipo de impactos.**

El modelo cooperativo de Castilla-La Mancha es clave para la sostenibilidad económica de las zonas rurales, para salvaguardar la generación de empleo directo, indirecto y también inducido a través de la actividad económica que realizan. Esto es clave para la vertebración y fortalecimiento de nuestros espacios rurales.

Allí donde muchas empresas no se establecen, las cooperativas llegan, están y son resilientes para ofrecer soluciones que aportan:

- Sostenibilidad económica, a través del empleo y las rentas que generan a través de la comercialización de bienes y servicios.
- Sostenibilidad medioambiental, a través de la conservación de los ecosistemas, evitar la degradación de la tierra y la conservación de las tierras de cultivo atendiendo a las necesidades del territorio con el menor impacto posible.
- Sostenibilidad social, a través de la conservación de cooperativas que aseguran la recogida de producto para su comercialización, a la vez que ofrecen servicios y soluciones a sus agricultores y ganaderos.
- Sostenibilidad territorial, haciendo posible que sigan existiendo pueblos vivos, donde la vertebración en torno al medio rural es clave para la producción de bienes y la conservación de servicios necesarios.

Esto cuatro ejes son claves, pero sin el primero no son posible cumplir el resto, de ahí la importancia de que existe un valor adecuado de bienes y servicios que se producen desde la agricultura, a la vez que se valoriza el impacto que el sector agroalimentario tiene sobre la sociedad en general y en especial de aquellas zonas más pobladas, en continuo crecimiento.

De aquí surge la importancia de dimensionar adecuadamente no solamente el volumen y el valor de la comercialización de este sector, sino también de todo el valor añadido que no se recoge en las cuentas anuales, pero que sí es clave para la sostenibilidad de muchos municipios de la región.

En este estudio de investigación se pretende analizar el valor del impacto económico, social, medioambiental y territorial que el sector de hongos comestibles genera a través de las cooperativas agroalimentarias de Castilla-La Mancha.

El sector de hongos comestibles es clave en nuestra región a nivel cooperativo, y lidera en volumen y valor este sector a nivel nacional, vertebrando territorio y generando empleo estable todo el año.

Con este proyecto damos un paso adelante para **mostrar cómo las cooperativas del sector de hongos comestibles aportan valor a través de su cuentas de resultados y a través de sus grupos de interés.**

Para conseguir nuestro objetivo **hemos analizado los estados financieros de todas las cooperativas del sector de hongos comestibles a nivel regional.**

Nuestro propósito es identificar el valor social de mercado que tienen, a la vez que identificamos todo aquello que nos ayuda a generar valor y que, a menudo, no trasladamos a euros, pero que sí contribuye a vertebrar el territorio. Hablamos de variables de valor que pueden ser cuantificadas económicamente para integrarse como valor de no mercado en las cooperativas de este sector.

Este proyecto viene a avaluar la contribución que el sector realiza a la economía, al empleo y al medio ambiente de Castilla-La Mancha, poniendo de manifiesto las palancas de apoyo que utiliza para ser **referente a nivel autonómico, nacional e incluso europeo**, desde la producción, la comercialización, la innovación, el uso de energías renovables, la calidad de producto y el uso eficiente de inputs y excelente ejemplo en el proceso de integración de la economía circular, el impacto fiscal sobre el territorio, la retención de población, etc.

La contabilidad social es una metodología excelente para medir el impacto que cualquier cooperativa agroalimentaria genera sobre el territorio y el impacto que tiene sobre sus grupos de interés.

La CONTABILIDAD SOCIAL posibilita avanzar en un cambio de paradigma, donde PRECIO Y VALOR se unen para obtener el **VALOR SOCIAL INTEGRAL** dentro del modelo cooperativo.

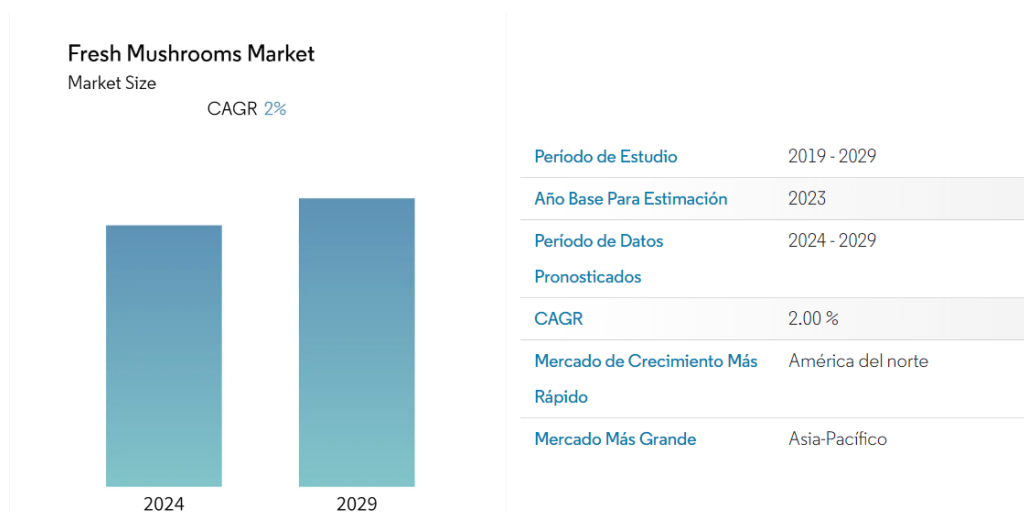


2. La producción de champiñón por el mundo

2.1. Producción de champiñón en el mundo

El mercado de champiñones frescos está segmentado geográficamente: América del Norte, Europa, Asia-Pacífico, América del Sur, Oriente Medio y África.

Se muestra a continuación el tamaño del mercado de hongos comestibles en el mundo.



Fuente: Mordor Intelligence. Reportes de la industria del mercado de hongos en el mundo.

En el mundo, hay una clara previsión de que el mercado de hongos comestibles en fresco registre una tasa anual de crecimiento del 2% hasta 2029.

Asia-Pacífico es el mayor mercado para el consumo de champiñones frescos.



China es el mayor productor de champiñones frescos del mundo y uno de los mayores consumidores (representa casi el 52% de la producción mundial de champiñón en fresco). Según la FAO, la producción de China representó 41,1 millones de toneladas métricas en 2021.

Japón es el mayor consumidor mundial de matsutake, reserva casi toda la cosecha nacional para su propio consumo e importa una gran cantidad de China. Según el Ministerio de Agricultura de Japón, los consumidores chinos de clase media también están adquiriendo cada vez más gusto por el hongo debido a los máximos beneficios para la salud del hongo matsutake. Esto ayudará a que el mercado de la región siga creciendo en el futuro.



Los otros grandes mercados en Asia y Pacífico son India, Malasia y Corea del Sur (este último con elevado número de productores internos que ante bajos precios internos, hace que busquen oportunidades en el mercado internacional).

Fuera de esta región los otros grandes productores se encuentran en Europa, América y África.

En 2021, los **principales exportadores** de hongos fueron **Polonia**, que exportó hongos frescos por un valor de 469 mil dólares (aproximadamente 440.000 euros), seguida de **Canadá y los Países Bajos**.

Los **principales importadores** de champiñones frescos fueron **Estados Unidos**, que importó champiñones por valor de 348 mil dólares (326.000 euros), **seguido del Reino Unido y Alemania**.

Una de las fuerzas que están impulsando el creciente interés en los hongos es por tratarse de un **producto muy alineado con la salud**, ya que son ricos en micronutrientes y apoyan el sistema inmunológico, además de tener un elevado componente nutricional. Alemania, Italia, Francia, Reino Unido, Países Bajos y Polonia ofrecen la mayor cantidad de oportunidades para los proveedores de los países en desarrollo.

En EEUU existe un programa nacional de hongos que funciona como el Consejo de Hongos para mantener y expandir este producto a otros países, especialmente en centro y sur de América, un modelo interesante a explorar en nuestra región, que podría analizar el necesario crecimiento en valor que este sector necesita, además del aumento de la rentabilidad tanto de las cooperativas como de las explotaciones de los cultivadores, amenazados por la falta de inputs y los incrementos notables de los costes de producción.

Tradicionalmente han existido factores que han impulsado el mercado por altos retornos para los cultivadores con tierra generalmente insuficiente.

Según la FAO, la producción mundial de hongos aumentó en 44,2 millones de toneladas métricas en comparación con 2020 debido a los enormes beneficios de los hongos a nivel mundial. Estos factores están impulsando la demanda de seta y champiñón por parte de los consumidores y tienden a crecer en los años siguientes.

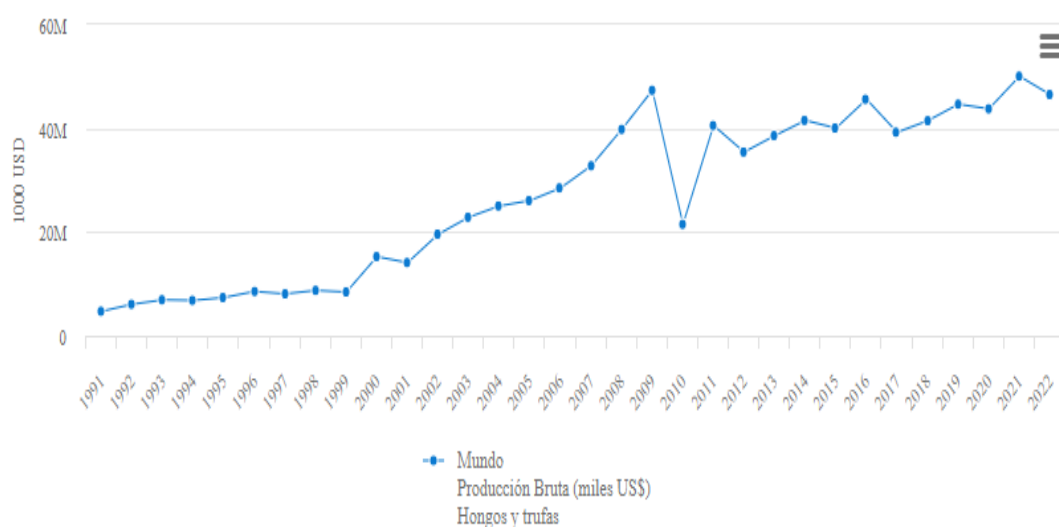
Países como Canadá en el año 2022 anunciaron inversiones que superaban los 344.000 dólares para apoyar el crecimiento de este sector, muy orientados en la producción, pero también en el conocimiento y concienciación

de los beneficios y los aportes nutricionales que aporta este producto a los consumidores.

El aumento de la población vegana es una oportunidad para este sector, que, combinado con su creciente uso como alternativo a la carne, están impulsando su grado de penetración en el mercado. Con los últimos avances tecnológicos, como el control computerizado, sensores de pronóstico de enfermedades, recolectoras automatizadas, control automático de temperatura y de agua, todos ellos están produciendo un aumento en la producción mundial de hongos.



Fuente: FAOSTAT (producción de hongos en millones de toneladas (2020))



Fuente: FAOSTAT (producción bruta en miles de dólares en hongos y trufas. Periodo 1991-2022)

Fresh Mushroom Market : Growth Rate in %, Regions, 2022



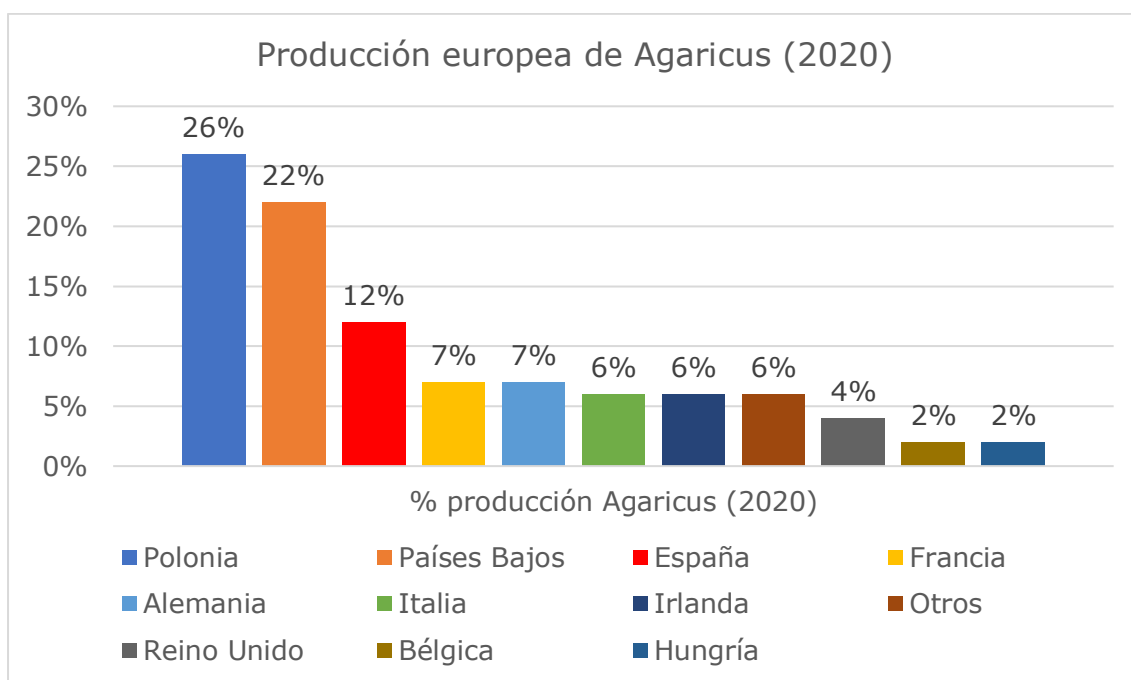
Fuente: Mordor Intelligence. Tasa de crecimiento por regiones al año 2022.

Los **10 principales países productores** del mundo son, según FAOSTAT por este orden: China, EEUU, Polonia, Países Bajos, Francia, Reino Unido, España, Canadá, Japón e Irlanda.

Los **10 primeros países importadores** de setas y hongos son por este orden: Reino Unido, China, Irlanda, Bélgica-Luxemburgo, Polonia, Canadá, EEUU, Austria, Francia y Alemania.

2.2. Producción de champiñón en Europa

En Europa el primer productor de champiñón es Polonia con el 26% seguido de Holanda con el 22% y en tercera posición esta España con el 12% de la producción europea. Los dos primeros concentran prácticamente la mitad de la producción europea.



Fuente: Grupo Europeo de productores de champiñón <https://www.infochampi.eu/production-figures/>

2.3. Evolución de la producción en España.

La evolución de la producción de champiñón y otros hongos ha tenido una evolución dispar en las diferentes regiones de nuestro país.

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el **consumo** de champiñones y setas en España ha ido en aumento en los últimos años, concretamente en **2022**, el consumo alcanzó los **272 millones de euros**, un 2,2% más que en el año anterior.

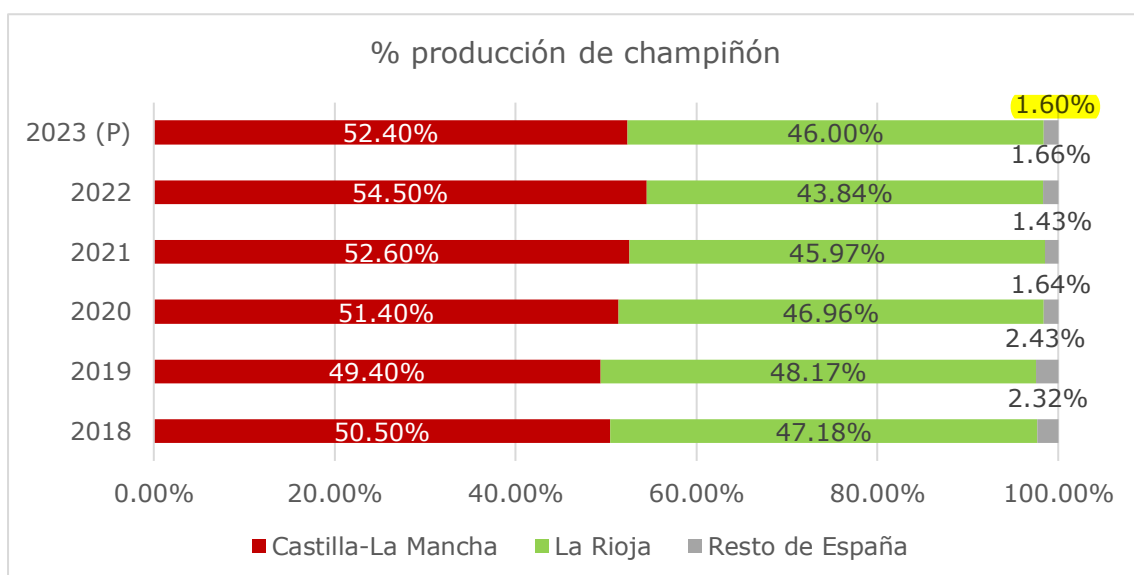
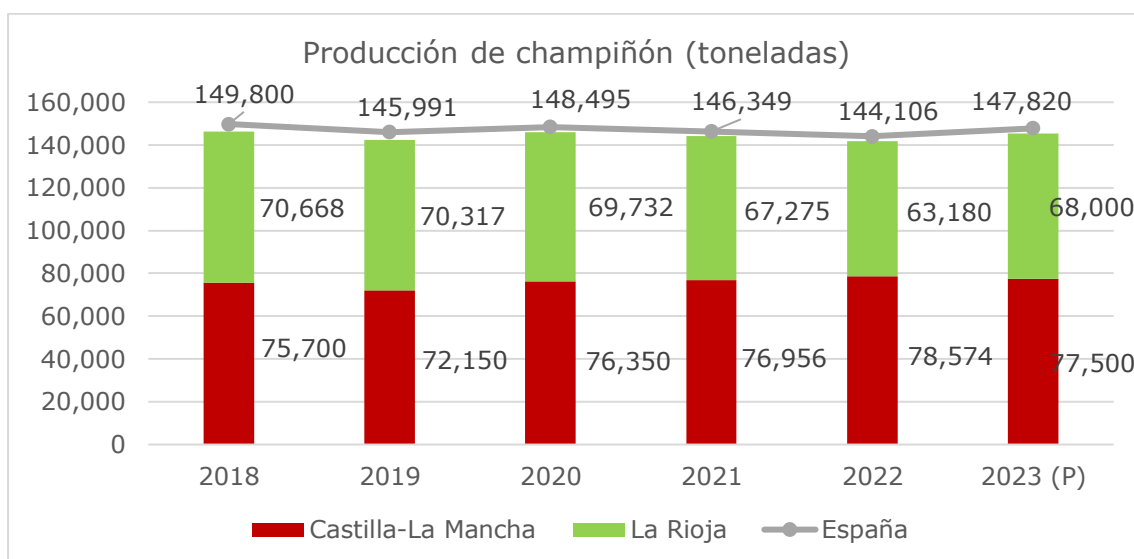
El champiñón blanco representa alrededor del 90% de la producción de champiñones cultivados en España (es el más consumido). Otros tipos de champiñones y setas cultivadas que se consumen en España son la seta de ostra, shiitake y seta de chopo, pero todas ellas tienen en común que son una fuente saludable de nutrientes a un precio asequible; de hecho, el precio de los champiñones y setas europeos, durante los últimos años, se ha mantenido alrededor de tres euros por kilogramo.

En el periodo comprendido entre 2018 y 2022 la producción española de champiñón se ha visto reducida en cantidad, que no en valor, en unas 2.000 toneladas. Esta tendencia descendente no es mantenida, ya que como podemos ver en la tabla que tenemos justo abajo, la evolución seguida por este descenso tiene una forma de sierra o “W”, por lo que no se descarta que la producción total para este año 2024 vuelva a niveles de 2018 o de 2020.

Respecto a la producción de champiñón de Castilla-La Mancha, decir que el aumento de la producción, aunque no haya sido constante en todo el periodo estudiado, es provocado por la mejora de rendimiento de las explotaciones dedicadas a este cultivo. La evolución creciente en CLM de este cultivo muestra el buen hacer de las empresas castellanomanchegas en el sector. La cuota de mercado de nuestra región pasa de ser apenas un poco más de la mitad en 2018 (50,53% del total) a superar el 54,5% en 2022 y el 52,4% en 2023, ganando hasta el 4% en el periodo estudiado (2018-2022).

CHAMPIÑÓN (Toneladas)					
AÑO	ESPAÑA	C-LM		LA RIOJA	
		Producción	Porcentaje	Producción	Porcentaje
2018	149.800	75.700	50,5%	70.668	47,18%
2019	145.991	72.150	49,4%	70.317	48,17%
2020	148.495	76.350	51,4%	69.732	46,96%
2021	146.349	76.956	52,6%	67.275	45,97%
2022	144.106	78.574	54,5%	63.180	43,84%
2023 (P)	147.820	77.500	52,4%	68.000	46,00%

Fuente: Ministerio de Agricultura. Superficies y producciones anuales de cultivos



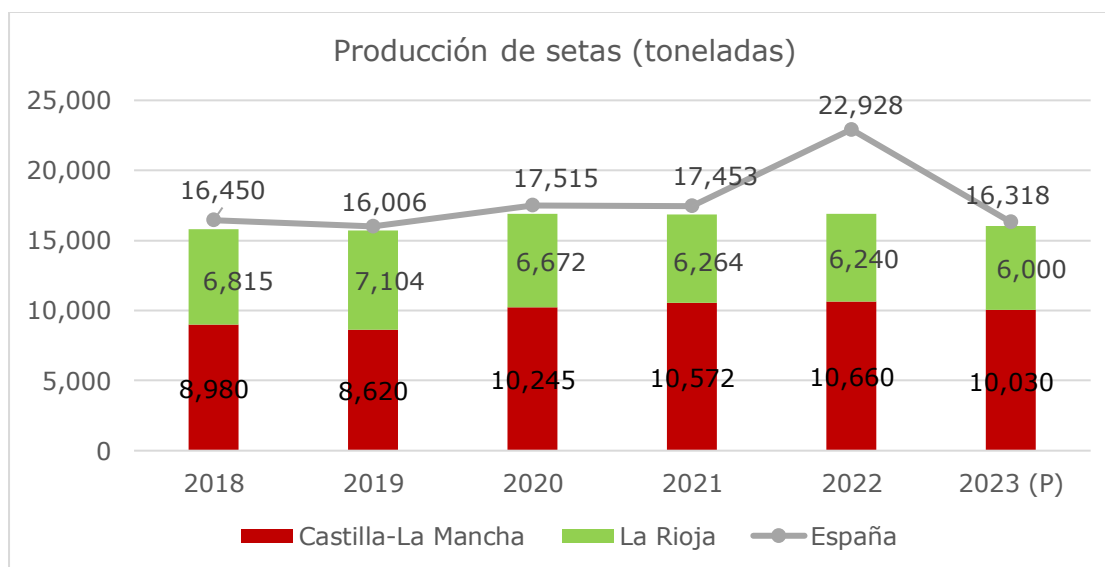
2.4. Evolución de la producción de setas y otros hongos diferentes al champiñón en España

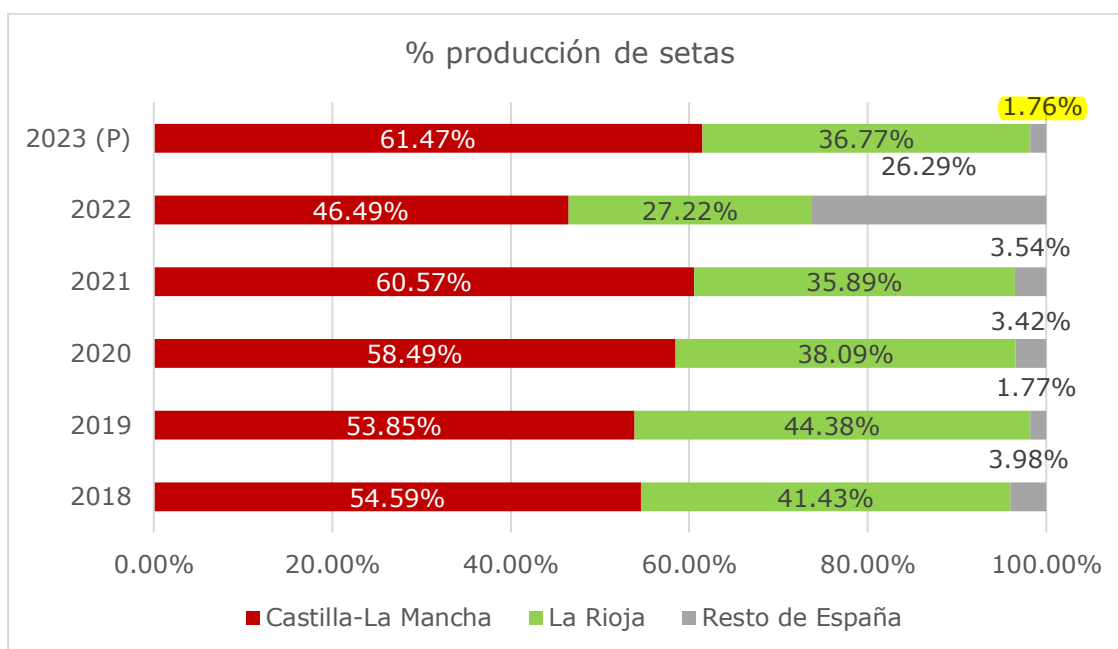
La producción del cultivo de setas y otros hongos diferentes del champiñón es distinta a la seguida por el cultivo del champiñón: existe un aumento mantenido, aunque no muy significativo de la producción del resto de tipos de hongos, liderada principalmente por la aparición de nuevos productos como el Shiitake y el aumento del champiñón Portobello (*Agaricus brunnescens*). Se aprecia en la tabla que este aumento de la producción no termina de ser completamente lineal, sino que tiene un crecimiento escalonado con una periodicidad de dos años.

Los datos de producción de Castilla-La Mancha en este tipo de hongos son bastante más parecidos a los datos de España que los de champiñón Agaricus, ya que nuestra región sigue una tendencia parecida a la de la producción española de estos cultivos. Lo que sí podemos destacar de nuestra región, es que la evolución de la producción de nuestra región tiene unos ratios de mejora mayores que a la producción del resto de nuestro país. Estos mejores ratios de crecimiento provocan que la cuota de mercado de nuestra región haya aumentado del 54,6% en 2018 al 61,5% en 2023 (aumento de la cuota de mercado del 7% en 6 años).

SETAS Y OTROS HONGOS (Toneladas)					
AÑO	ESPAÑA	C-LM		LA RIOJA	
		Producción	Porcentaje	Producción	Porcentaje
2018	16.450	8.980	54,59%	6.815	41,43%
2019	16.006	8.620	53,85%	7.104	44,38%
2020	17.515	10.245	58,49%	6.672	38,09%
2021	17.453	10.572	60,57%	6.264	35,89%
2022	22.928	10.660	46,49%	6.240	27,22%
2023 (P)	16.318	10.030	61,47%	6.000	36,77%

Fuente: Ministerio de Agricultura. Superficies y producciones anuales de cultivos





3. Relevancia económica del sector en Castilla-La Mancha

El cultivo del champiñón es un motor económico en la zona norte de la provincia de Albacete (Manchuela albaceteña) y sur de la provincia de Cuenca (Manchuela conquense), generando más de 220 millones de euros durante el año 2022 en cifra de negocios. Se ha convertido en la principal actividad económica de la zona y son las cooperativas agroalimentarias las que lideran el empuje que tiene el sector.

Las principales empresas del sector que se encuentran en la zona comercializan más del 70% de todo el champiñón y hongos comestibles que se han consumido, en fresco, en España durante 2022.

Cabe destacar como clave de su éxito su continua inversión en I+D+I, orientada a mejora de la infraestructura de las cooperativas y una mejora notable de los procesos productivos (incorporación de nuevas líneas de producción y desarrollo de patentes propias en el proceso de lavado y laminado de champiñón).

Respecto a su contribución en nuestro país, cabe decir que el consumo de champiñón y setas aumentó considerablemente durante el primer año de pandemia, ya que desde el mes de abril de 2020 la compra de champiñones y setas aumentó en gran medida. El crecimiento de la adquisición de

champiñones y hongos comestibles se debe a sus propiedades saludables y su capacidad nutritiva, que empiezan a ser conocidas entre los consumidores españoles. Este aumento fue superior al del resto de hortalizas frescas, siendo de un 16,3% en volumen y de un 20% en valor, con un aumento del precio medio del 3,2%.

Se muestra la evolución en precios y valor de las ventas de champiñón y otros hongos.



Fuente: Alimentos de España (2022).

CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.322,7	50,2	4.945,7	106,9
TOMATES	533,9	11,5	1.101,1	23,8
CEBOLLAS	283,4	6,1	397,7	8,6
AJOS	30,1	0,7	140,3	3,0
COLES	56,5	1,2	73,5	1,6
PEPINOS	89,2	1,9	153,6	3,3
JUDIAS VERDES	62,8	1,4	231,0	5,0
PIMIENTOS	193,4	4,2	420,2	9,1
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	50,9	1,1	237,0	5,1
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	167,3	3,6	478,3	10,3
ESPARRAGOS	23,4	0,5	75,0	1,6
VERDURAS DE HOJA	55,2	1,2	151,4	3,3
ACELGA	34,3	0,7	72,0	1,6
BERENJENAS	63,2	1,4	114,2	2,5
ZANAHORIAS	141,4	3,1	145,8	3,2
CALABACINES	155,0	3,4	269,3	5,8
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	417,0	9,0	957,3	20,7
BROCOLI	47,8	1,0	92,2	2,0
ALCACHOFAS	51,9	1,1	106,9	2,3
APIO	17,5	0,4	28,7	0,6
COLIFLOR	27,1	0,6	46,3	1,0
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	139,5	3,0	533,3	11,5
PUERRO	40,1	0,9	121,6	2,6

Fuente: Alimentos de España (2023).

El consumo per cápita de champiñón y otras setas representa solamente el 2% del consumo per cápita en hortalizas frescas y el

4,8% del gasto. Su consumo sigue siendo bajo respecto a otro tipo de hortalizas como es el tomate, la cebolla, pimientos, lechuga, calabacín o la zanahoria.

El **canal preferido** de compra de las setas y champiñones es el del **supermercado y tiendas de autoservicio**. Este canal es, con diferencia, el preferido por los consumidores (**49% del volumen de ventas**), ya que les permite adquirir un precio de calidad a un precio razonable. Este canal de venta es el que mejor relación calidad/precio ostenta. Seguidamente, le sigue el canal de la tienda tradicional (21% volumen de ventas), aunque su crecimiento ha sido el menor de todos los canales. Respecto al canal del ecommerce, hay que decir que solo ha supuesto el 1% del total comercializado, aunque ha sufrido un crecimiento del 50% respecto al año anterior.

Se muestra la distribución alimentaria en Castilla-La Mancha.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA							
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	23.442	4.399	725	225	193	20	1.997
CASTILLA-LA MANCHA/ESPAÑA (%)	4,3	4,2	5,5	4,0	4,1	3,9	4,9

Se muestra la evolución por canales para los años 2019 y 2020.



Fuente: Alimentos de España.



4. Empleo y fijación de población al medio rural

El sector del champiñón y de hongos comestibles, supone un motor económico para la comarca de La Manchuela de Albacete y Cuenca. Se debe principalmente a que ésta es una zona rural que está a caballo entre dos flujos de tráfico económico de nuestro país (el eje Valencia-Madrid y la huerta murciana). Por ello, es difícil desarrollar e implementar políticas poblacionales para evitar la despoblación de esta zona. El cultivo del champiñón es **considerado cultivo social**, no solamente por la generación de empleo en la zona, sino por su contribución a la conservación de la actividad económica en la comarca.

La conservación de este tipo de cultivo en la comarca hace que sea necesario cubrir las necesidades de los **cultivadores** en la comarca, que cuenta con **201 en toda la región**, ubicados en las provincias de Cuenca y Albacete.

Mostramos la relación de cultivadores por municipios:



Municipio	Provincia	Número de cultivadores	% de cultivadores
Villalgordo del Júcar	Albacete	37	18,4%
Villamalea	Albacete	17	8,5%
Fuentealbilla	Albacete	4	2,0%
Casas Ibáñez	Albacete	2	1,0%
Cenizate	Albacete	3	1,5%
Navas de Jorquera	Albacete	4	2,0%
La Roda	Albacete	1	0,5%
Casasimarro	Cuenca	25	12,4%
Quintanar del Rey	Cuenca	35	17,4%
Villanueva de la Jara	Cuenca	30	14,9%
Iniesta	Cuenca	25	12,4%
Ledaña	Cuenca	5	2,5%
Villarta	Cuenca	4	2,0%
El Herrumblar	Cuenca	2	1,0%
Minglanilla	Cuenca	1	0,5%
Graja de Iniesta	Cuenca	2	1,0%
Casas de Fernando Alonso	Cuenca	1	0,5%
Sisante	Cuenca	1	0,5%
Casas de Benítez	Cuenca	1	0,5%
Rubielos de Mora	Cuenca	1	0,5%
Total cultivadores		201	100,0%
Cultivadores provincia de Albacete		68	33,8%
Cultivadores provincia de Cuenca		133	66,2%

Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha (Elaboración propia)

El empleo total que se obtiene en el sector, considerando el empleo indirecto, se obtiene de multiplicar por más de dos el empleo directo (aproximadamente 2,16%), ya que en la cadena de suministro de las empresas productoras de champiñón y otros hongos comestibles utilizan, en su mayor parte, el comercio de proximidad a la hora de realizar las compras de materias primas como pueden ser las necesarias para la elaboración del compost de cultivo de champiñón, equipamiento y mantenimiento de las instalaciones de todo el proceso productivo y comercial, empresas de transporte, etc. Este sector ha generado muchos puestos de trabajo en los últimos 15 años, por lo que supone uno de los principales motores de creación de empleo en estas comarcas.

En estas zonas rurales es complicado evitar el éxodo rural, sobre todo de la población joven, que ante la falta de oportunidades en los lugares donde han pasado su juventud, se ven obligados a emigrar a núcleos poblacionales mayores como Albacete, Valencia o Madrid. **El cultivo del champiñón ha reducido en gran medida el éxodo rural en las poblaciones de la zona. Las localidades albaceteñas estudiadas (Casas Ibáñez, Cenizate,**

Navas de Jorquera, Villargordo del Júcar, Villamalea, Valdeganda y Minaya) apenas pierden población desde 2017 (últimos datos de 2022).

Las que más población pierden son Villamalea y Minaya, que pierden algo más de 50 personas en el periodo estudiado. Destaca positivamente el dato de Villargordo del Júcar, que recupera un total de 13 personas en el periodo de 5 años estudiado. El resto de las localidades pierden menos de 20 personas desde 2017, cifra bastante positiva si la comparamos con otras localidades de nuestra provincia que no cuentan con este tipo de impulso económico industrial.

Respecto a la Manchuela conquense, los datos son similares, incluso mejores. De los nueve municipios que forman esta región manchega (Casasimarro, El Herrumblar, Iniesta, Ledaña, Quintanar del Rey, Villagarcía del Llano, Villalpardo, Villanueva de la Jara y Villarta), el nivel poblacional solo descende respecto a 2017 en Ledaña, Villagarcía del Llano y Villarta. Mención especial tiene Villarta, ya que venía experimentando un incremento de su población, pero en el último año sufrió un notable descenso. Teniendo en cuenta todas las localidades conquenses estudiadas, la población ha crecido alrededor de 30 personas, siendo los municipios más destacados Quintanar del Rey, Villanueva de la Jara e Iniesta.

Empleo generado por fases o etapas:

Fase/Etapa	Producto	Valor de referencia utilizado. Elaborado/producido en Castilla-La Mancha (Tn)	Nº Empleos directos
Plantas de compost	Champiñón	205.720	167
	Setas	48.600	36
Naves de cultivo	Champiñón	55.600	1.503
	Setas	11.148	1.033
Conservera	Champiñón (40%)	22.240	97
	Setas (30%)	3.344	15

Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha (elaboración propia)

Este dato se actualiza más delante, contemplando el empleo indirecto y el empleo inducido.

Un aspecto, muy importante, a tener en cuenta, es que, en sector del champiñón y las setas, los ratios que se obtienen tienen poca variabilidad a lo largo del tiempo ya que ni las producciones, ni el consumo per cápita, ni los precios de venta, ni las necesidades de mano de obra experimentan variaciones significativas. Podemos decir que es un sector muy estable, ya que tiene una actividad continua a lo largo de todo el año y con pocas variaciones. El empleo generado es estable y de calidad.

El **empleo directo** contempla las **personas que tienen una relación laboral directa con nuestras cooperativas, incluida su base social.**

	Base social	Empleo directo		Empleo directo total
		Cooperativas 1G	Coop 2G	
	465	1.680	30	2.175

Fuente: OSCAM. Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agro-alimentario de CLM (2022)

El **empleo indirecto** contempla aquellos **trabajos prestados por empresas auxiliares que nos prestan sus servicios.** Tenemos en cuenta el impacto que tienen respecto al peso que nuestro sector tiene en el conjunto de servicios o actividades que se prestan dentro de la actividad económica de cara a identificar el porcentaje que representa su empleo respecto a la generación de empleo indirecto para nosotros. Ejemplos claros son:

- El **empleo que tiene la base social de una cooperativa** (será 100% empleo indirecto si todo el empleo que generan va ligado a la entrega del 100% de su producto a nuestra cooperativa).
- El **empleo que existe por aquellas empresas auxiliares que nos suministran nuestros inputs.** Medimos el empleo a través de esta fórmula:

Nº de personas empleadas x (Lo que nos factura el proveedor/su facturación total).

- El **empleo que se genera como consecuencia de la actividad que nos prestan nuestros proveedores no socios y que tienen impacto en la generación tanto de su valor de mercado como de empleo.** Emplearemos la fórmula anterior.

Para la **medición del empleo indirecto e inducido** nos hemos apoyado en la formación y colaboración realizada por el **equipo de investigación GEAR de la UCLM a través del modelo SIAM_PRO basado en tablas input-output,** con los siguientes resultados:

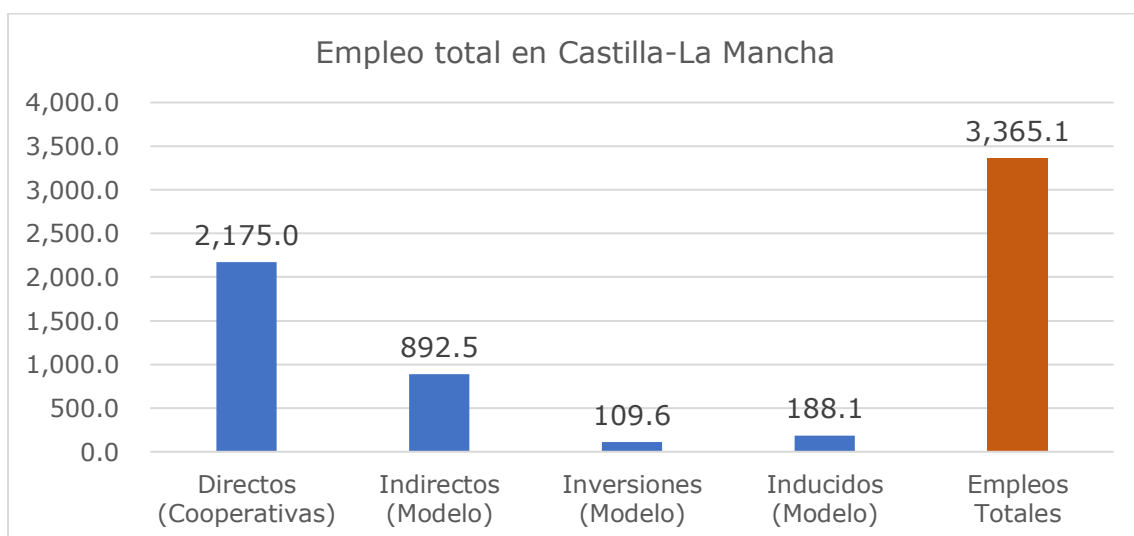
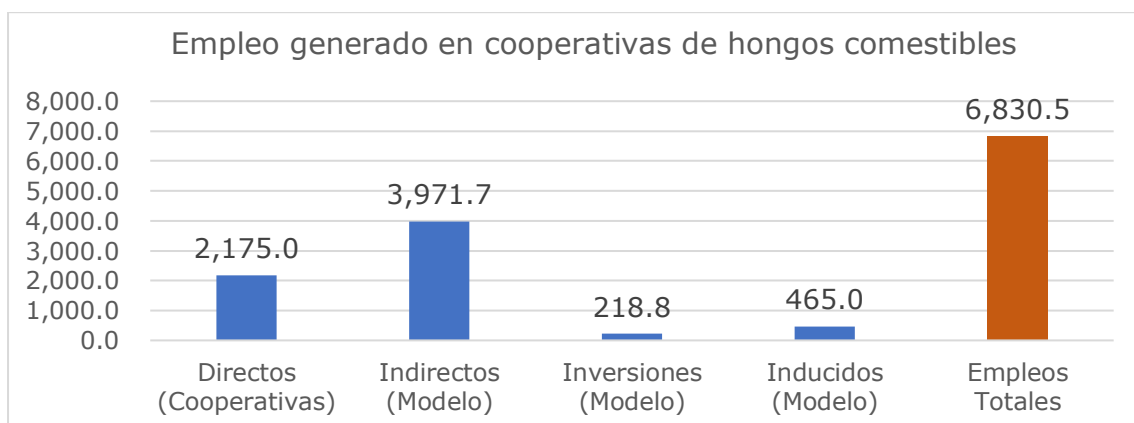
Empleo indirecto total	4.190,50
Empleo indirecto por gestión corriente	3.971,7
Empleo indirecto por inversiones	218,8
Empleo inducido total	465,0

De lo que resulta que el empleo total que se genera en el sector es el siguiente:

Base social de cooperativas	465,0
Empleo directo de las cooperativas	1.710,0
Empleo indirecto	4.190,5
Empleo inducido	465,0
Empleo total generado en el sector	6.830,5

Fuente: OSCAM. Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agro-alimentario de CLM (2022) y equipo GEAR-UCLM a través del sistema TIO.

La importancia socioeconómica de este sector, desde el modelo cooperativo se refleja en el nivel de empleo que es capaz de generar. Se estima, que contemplando los datos al año 2022, incluyendo **empleo directo, indirecto, e inducido el sector de hongos comestibles cooperativo genera 6.830,50 puestos de trabajo, lo cual quiere decir que a través del empleo indirecto e inducido se multiplica por más de 3 cada puesto de trabajo directo.**



5. Contribución a la producción final agraria

Ramas de actividad y producto	Productos de la agricultura, la ganadería y la caza, y servicios relacionados con los mismos (millones de euros)
1. Productos de la agricultura, la ganadería y la caza, y servicios relacionados con los mismos	1.741,3
Facturación sector hortalizas a precios básicos	1.087,7
Facturación sector hongos comestibles a precios corrientes cooperativas primer grado/SAT	189,9
Facturación sector hongos comestibles a precios corrientes cooperativas segundo grado	33,9
Facturación sector hongos comestibles sector cooperativo	223,8

Fuente: OSCAM. Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agro-alimentario de CLM (2022)

El modelo cooperativo agroalimentario en este sector aporta 223,8 millones de euros a la actividad económica del territorio al año 2022.

Aportación al valor añadido hortalizas (año 2022)	Valor (millones €)
Facturación en Castilla-La Mancha	1.136,7
Facturación en España	12.085,1
Aportación del modelo cooperativo al valor final de la producción agraria en hortalizas C-LM	19,7%
Aportación del modelo cooperativo al valor final de la producción agraria en hortalizas España	1,85%

Fuente: OSCAM. Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agro-alimentario de CLM (2022)

Queda demostrada la importancia del modelo cooperativo en cuanto a la generación de empleo y actividad económica en el medio rural de nuestra región a través de este sector pero, más allá del valor de mercado y de la creación de empleo, es clave identificar el valor de no mercado que se produce en el territorio.

Este proyecto pretende dimensionar el valor total de mercado e identificar todo aquello que, a nivel sectorial contribuye a generar valor para el conjunto de cooperativas agroalimentarias de nuestra región, sus gentes y el territorio (ya sea a nivel interno en la región, o fuera de ella). Para ello, hemos realizado el cálculo a través de la metodología de valor social, como veremos a continuación.

6. Metodología de trabajo utilizada en este proyecto

6.1. Metodología de cálculo del valor social

El valor social está adquiriendo la importancia que se merece en la sociedad de ahí que todas aquellas organizaciones, empresas y cooperativas que juegan un papel social en el territorio estén comenzando a cuantificar no solamente su valor económico, sino también su valor social.

Este reto que surge desde la investigación y que es abordado desde las Universidades de Deusto y País Vasco en los últimos años está siendo trasladado a las empresas con un notable éxito que respalda la importancia de ir más allá de las cuentas anuales, donde solamente recogemos la contabilidad todo aquello que tiene un valor económico a través de un precio.

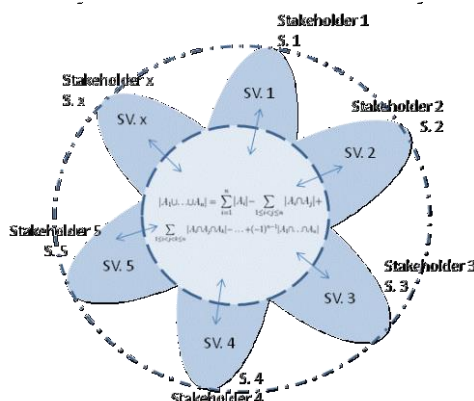
En concreto, la propuesta de contabilidad social para la sostenibilidad tiene por objetivo monetizar el Valor Social Integral que generan las diversas organizaciones, y cuenta con tres propuestas complementarias. De una parte, incorpora un modelo subyacente de valor, centrado en la **Teoría de los grupos de interés, al que se denomina Modelo Poliédrico**. Se trata de un modelo teórico, y por lo tanto sujeto a debate conceptual. En segundo lugar, desarrolla una metodología procesual, basada en el mencionado modelo poliédrico, que a través de una serie de pasos permite sistematizar el proceso de cálculo de valor social para cada entidad en particular. Esta metodología, se le denomina **SPOLY**, que continuamente está siendo mejorada por el traslado de la metodología a diferentes organizaciones. En tercer lugar, se estandarizan las **variables de valor**, así como de los proxys que permiten la monetización de los outputs con ellas vinculados. Esta metodología permite ir generando variables de valor y de proxys reconocidos y que son perfectamente aplicables a la hora de calcular el valor de cada cooperativa en el sector como punto de partida.

A través de este proyecto se llega precisamente a identificar estas variables de valor que, a posteriori, deben ser el punto de partida para para calcular los proxys y outputs en este caso de las cooperativas del sector de hongos comestibles. **Hablamos de un proyecto pionero para el sector de champiñón en España.**

El proceso de contabilidad social sigue la metodología de análisis y síntesis, que pretende identificar la parte intangible del valor social que se genera en nuestras cooperativas. Esto se realiza a través de la metodología indicada anteriormente, donde se analizan las diferentes variables de valor que pueden aportar un valor social más allá de nuestra contabilidad financiera.

Una vez cuantificadas de forma diferencial las diversas variables, se procede a una integración de los datos obtenidos, permitiendo una visualización múltiple a través de un modelo poliédrico donde incorporamos diferentes ecosistemas de valor para los grupos de interés identificados.

Obtenemos como resultado el valor social específico, el valor social generado por la actividad comercial de la cooperativa, el retorno económico a la administración, el valor integral, el equilibrio de valor entre los diversos grupos de interés, etc.; y cuantos análisis específicos se quieran generar a partir de los resultados obtenidos. A través de esta figura se puede ver el formato del modelo poliédrico.



Fuente: adaptación de Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2016: 40.

El proceso práctico de cálculo del valor social se realiza a través de los siguientes pasos:



Fuente: San-Jose & Retolaza, 2016: 57.

En esta primera parte del proyecto, el análisis sectorial se centra en las **fases 1 y 3** de esta metodología, donde identificamos variables de valor aptas

para el sector de hongos comestibles en las cooperativas de la región y por extensión también al resto del conjunto del sector a nivel nacional.

6.2. **Ficha técnica del proyecto**

Para realizar la identificación del valor de mercado hemos tomado como referencia la **ejercicio económico y campaña 2023**, ya que se trata de un sector que hace coincidir el cierre de sus cuentas anuales con el ejercicio natural, al igual que sus campañas productivas.

En nuestro espacio muestral hemos incorporado las siguientes cooperativas:

- Todas aquellas cooperativas que comercializan compost en y hongos comestibles bajo los CNAE:
 - 0111, 0113, 0119, 0129, 0130, 0161, 4631, siendo estas actividades su orientación productiva principal.
- Aquellas cooperativas de segundo grado que se dedican a la comercialización de hongos comestibles.



27 cooperativas de primer grado

1 cooperativa de segundo grado

Se han revisado las cuentas anuales de estas cooperativas para el periodo indicado los siguientes **ítems**:

- **Valor añadido agregado anual**
- **Salarios netos abonados**
- **Retenciones practicadas y pagadas**
- **Cotizaciones a la seguridad social (empresa y personal contratado)**
- **Sumatorio de impuestos pagados**
- **Sumatorio de pago a proveedores**
- **Importe de inversiones realizadas**
- **Importe total de las amortizaciones del ejercicio**
- **Impuesto sobre beneficios**
- **IVA soportado**
- **IVA devengado**
- **Gastos financieros**

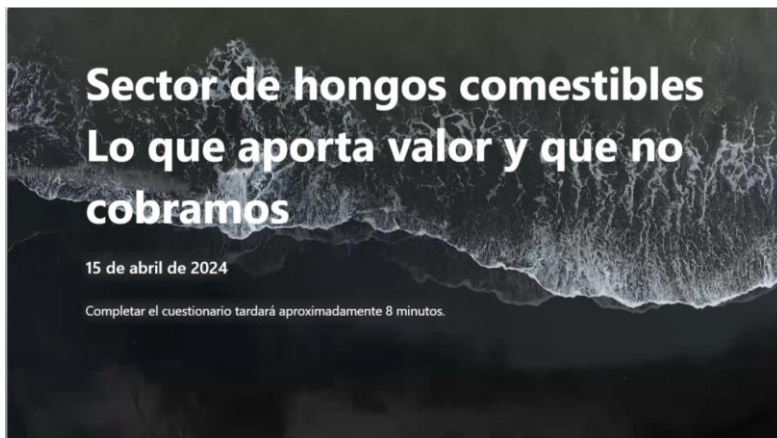
A través de estos ítems obtenemos el **VALOR SOCIAL ECONÓMICO DIRECTO**.

6.3. Metodología de trabajo con la que obtenemos las variables de valor del sector

Para identificar las variables se ha realizado un cuestionario a las cooperativas más relevantes del sector.

Nuestra misión consiste en identificar aquellas tareas o iniciativas que se llevan a cabo en la cooperativa y que no tienen una contraprestación económica establecida, pero que sí aportan valor no solamente dentro de la cooperativa, sino también en su entorno.

Se muestra el cuestionario que las cooperativas han recibido:



Sector de hongos comestibles
Lo que aporta valor y que no cobramos

15 de abril de 2024

Completar el cuestionario tardará aproximadamente 8 minutos.

1

PROYECTO DE VALOR SOCIAL PARA LAS COOPERATIVAS DEL SECTOR DE HONGOS COMESTIBLES DE CASTILLA-LA MANCHA *

PROGRAMA DE DIVULGACIÓN, ASESORAMIENTO Y DIFUSIÓN DE LA CONTABILIDAD SOCIAL EN COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DEL SECTOR DE HONGOS COMESTIBLES

Enmarcado dentro del programa de apoyo a la creación y al empleo de Cooperativas y sociedades laborales de Castilla-La Mancha 2024.

A través de este sencillo cuestionario nos gustaría identificar todo aquello que desde la cooperativa se realiza y que aporta valor y no se está cobrando un precio al conjunto de sus grupos de interés por esta labor. Por favor, marque aquella opción que aplica en su cooperativa.



Junta de Comunidades de
Castilla-La Mancha



Cofinanciado por
la Unión Europea

2

NOMBRE DE LA COOPERATIVA *

Escriba su respuesta

3

LOCALIDAD *

Escriba su respuesta

4

PERSONA DE CONTACTO *

Escriba su respuesta

5

CORREO ELECTRÓNICO *

Escriba su respuesta

6

ASESORAMIENTO A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Por favor, marque aquella opción que se aplica, siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello. (13 puntos)



☐ Tramitación en gestión de cultivos
 ☐ Trámites relacionados con alta/baja en la cooperativa
 ☐ Declaraciones de producción
 ☐ Tramitaciones fiscales, contables, mercantiles
 ☐ Liquidación de haberes sociales: trámites documentales a nivel agrario, ayudas y traspasos (asesoramiento), certificado de haberes, capital social
 ☐ Plagas, enfermedades
 ☐ PAC, asesoramiento en cultivos y explotaciones
 ☐ Procesos: fabricación, lavado, clasificación, escaldado, llenado, sellado, esterilización (si no se cobran)
 ☐ Analíticas de cultivos (si no se cobran)

☐ Normativa de aplicación
 ☐ Cuadernos de campo (si no se cobran)
 ☐ Gestión gratuita del gasóleo bonificado a través de AEAT para su devolución
 ☐ Incorporación como jóvenes productores

7

ACCESO AL CRÉDITO A COLECTIVOS ESPECÍFICOS.
Por favor, marque solamente aquella opción que se aplica, siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello.
(4 puntos)



- ☐ Anticipos de tesorería
- ☐ Entregas a cuenta de la liquidación anual
- ☐ Anticipos de crédito por acuerdos con entidades financieras
- ☐ Anticipos de tesorería para personal empleado

8

ALIANZAS, CONVENIOS O PACTOS QUE CONTRIBUYEN A GENERAR MAYOR VALOR AÑADIDO.
Por favor, marque aquella opción que se aplica, siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello.
(9 puntos)



- ☐ Colaboraciones para divulgar el sector ante otros grupos de interés
- ☐ Convenios para facilitar acceso al crédito base social
- ☐ Acciones con agrupaciones concretas con productos específicos orientadas a colectivos vulnerables y acciones de carácter solidario
- ☐ Colaboración con Administraciones Públicas
- ☐ Acuerdos para el desarrollo de la Obra Social
- ☐ Acuerdos financieros cooperativa
- ☐ Convenios con AAPP
- ☐ Acuerdos con organizaciones del territorio
- ☐ Acuerdos con centros de investigación

9

COMUNICACIÓN Y EVENTOS.
Por favor, marque aquella opción que se aplica siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello.
(4 puntos)



Gabinete de Prensa

- ☐ Información a medios de comunicación y RRSS (On line y off line)
- ☐ Misiones comerciales en ferias nacionales o internacionales
- ☐ Información al colectivo de personas de la base social
- ☐ Información a personal laboral

10

ECONOMÍAS DE ESCALA

Por favor, marque aquella opción que se aplica, siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello.

(3 puntos)



- ☐ Productos por debajo del valor de mercado
- ☐ Beneficios por trabajar con secciones auxiliares (carburantes, fertilizantes, fitosanitarios, semillas, servicios, etc)
- ☐ Concentración de la oferta para conseguir mayor valor añadido

11

FORMACIÓN

Por favor, marque aquella opción que se aplica siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello. (5 puntos)



- ☐ Charlas informativas
- ☐ Formación a base social
- ☐ Formación a personas trabajadoras
- ☐ Difusión del sector y nuestro modelo de negocio
- ☐ Difusión entre colectivos vulnerables

12

GESTIÓN DE INMOVILIZADO

Por favor, marque aquella opción que se aplica, siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello. (2 puntos)



- ☐ Cesión de instalaciones para diferentes eventos
- ☐ Cesión de maquinaria

13

SERVICIOS.

Por favor, marque aquella opción que se aplica siempre y cuando NO ESTÉ COBRANDO por ello. (3 puntos)



- ☐ Inspección técnica de maquinaria para tratamiento de cultivos
- ☐ Acceso a transporte y entrega de bienes, suministros y servicios por debajo de PVP de mercado
- ☐ Seguimiento de la trazabilidad de producto

14

OTRAS ACCIONES QUE OFRECEN VALOR A SUS GRUPOS DE INTERÉS NO IDENTIFICADAS CON ANTERIORIDAD (1 Punto)



Escriba su respuesta

15

EN UNA PALABRA: ¿Qué VALOR le aporta su cooperativa? * (1 Punto)

Escriba su respuesta

Este cuestionario nos ha permitido identificar variables que son relevantes. **Estas variables, son el punto de partida para que las cooperativas del sector de Castilla-La Mancha a través de la metodología SPOLY puedan calcular su valor de no mercado una vez que mantienen entrevistas con sus grupos de interés.**

Esta información es muy valiosa, ya que permite calcular el verdadero valor que aporta la actividad que realiza una cooperativa en el medio rural, más allá de lo que dicen sus cuentas anuales y en especial las del sector de hongos comestibles que consiguen aportar más valor añadido al territorio.

Las variables de valor identificadas se agrupan por temáticas.



7. La importancia del cálculo del valor social para el modelo cooperativo

Para la determinación del valor social se ha seguido la Contabilidad Social (Retolaza et al., 2014, 2015, 2016), un sistema de información ampliado

que permite expresar en términos monetarios el valor económico y social generado por una organización (o un sector, como es este caso) y percibido por sus grupos de interés o stakeholders, en una única medida.

Desde la perspectiva de este sistema contable, el valor social está integrado por tres tipologías o ecosistemas de valor:

- El valor social de mercado, derivado de la actividad económico-productiva de la entidad.
- El valor social específico, un valor transferido sin contrapartida de precio de mercado.
- El valor emocional, satisfacción experimentada por los grupos de interés.

En el siguiente apartado, se ofrece una síntesis de los principales resultados obtenidos. Posteriormente, se describe el proceso llevado a cabo para la cuantificación de cada uno de los componentes del valor social -el valor social de mercado y la identificación de las variables del valor.

7.1. El valor social de mercado

Los principales resultados obtenidos en el análisis del valor social de las cooperativas del sector de Castilla-La Mancha, se resumen a continuación.

En la siguiente tabla se muestran los ecosistemas de valor que nos permiten obtener finalmente el **valor de mercado**.



	PRIMER GRADO	SEGUNDO GRADO	TOTAL
1. Valor Social de Mercado	356.606.321,46 €	35.628.444,46 €	392.234.765,92 €
1.1. Valor Socio-Económico Directo del sector (VES)	259.301.846,17 €	34.839.749,94 €	294.141.596,11 €
Valor Añadido Distribuido	38.280.600,35 €	320.831,07 €	38.601.431,42 €
Salarios netos	21.483.903,98 €	172.374,09 €	21.656.278,07 €
Intereses (gastos financieros)	537.787,09 €	0,00 €	537.787,09 €
Dividendos	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Seguridad Social personal contratado	2.160.229,59 €	13.302,02 €	2.173.531,61 €
Seguridad Social empresa	6.310.737,52 €	65.303,90 €	6.376.041,42 €
IRPF	1.489.895,44 €	40.281,43 €	1.530.176,87 €
Impuestos varios	139.475,33 €	201,48 €	139.676,81 €
IVA	4.840.891,07 €	26.897,50 €	4.867.788,57 €
Impuestos sobre beneficios	1.317.680,33 €	2.470,65 €	1.320.150,98 €
Valor Añadido Retenido	59.023.874,94 €	467.863,45 €	59.491.738,39 €
Reservas	47.470.558,69 €	439.296,59 €	47.909.855,28 €
Resultado sin distribuir	4.525.731,94 €	24.301,65 €	4.550.033,59 €
Amortizaciones	7.027.584,31 €	4.265,21 €	7.031.849,52 €
Valor distribuido a las AAPP (R-VES)	16.258.909,27 €	148.456,98 €	16.407.366,25 €

Fuente: OSCAM. Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agroalimentario CLM (2023)

Este valor, denominado también valor socio-económico, representa el impacto económico generado por la actividad económico-productiva de las cooperativas del sector, derivado de forma directa de la actividad económica dentro de su sector. No se incluye el valor que se genera como consecuencia del impacto en proveedores.

De la información analizada, se desprende que las cooperativas del sector aportan 392,2 millones de euros al medio rural y a la economía de Castilla-La Mancha.

8. Variables de valor orientada a indicadores

8.1. Variables de valor identificadas para el sector a nivel europeo.

En un estudio realizado por un grupo de investigación a nivel europeo **AGRICOOOP VALUE**, se identifican **81 variables** que, a nivel del sector frutas y hortalizas también pueden ser trasladables a nuestro sector.

Nos hemos permitido agruparlas por tipología siendo estas las relevantes para trabajar en el sector:

Corriente financiera

Seguridad en los pagos

Estabilidad

Apoyo financiero a la inversión

Cooperación

Ayuda mutua

Fondos de reserva cooperativos

Igualdad de trato entre productores

Capacitaciones, intercambio mutuo de experiencias, mejoras reales en las explotaciones.

Consultas en secciones profesionalizadas

Apoyo en situaciones de crisis

Oportunidades para la integración

Planificación de trabajo cooperativo

Dimensión

Escalabilidad en el mercado

Producción eficiente

Conocimiento del sector. Intercambio de información

Apoyo en cumplimentar documentos (burocracia)

Volumen de producción

Activos fijos comunes

Servicios profesionalizados y especializados

Mejores precios

Desarrollo

Proceso administrativo simplificado

Medidas compartidas frente a situaciones de crisis

Compra de factores productivos con economías de escala

Representatividad ante administraciones

Ayudas públicas diferenciadas

Acceso a la financiación pública
Financiación de proyectos singulares
Comprender necesidades de los productores

Infraestructuras

Infraestructuras dimensionadas
Uso eficiente de recursos locales
Oportunidades para el desarrollo
Instalaciones de producción y transformación conjunta
Mejoras tecnológicas
Infraestructuras eficientes energéticamente
Innovación

Valor añadido

Margen cooperativo
Ingresos por unidad de producto elaborada
Valorización de subproductos y residuos. Economía circular
Trampolín para generar un sector con crecimiento
Determinación de precios y control de cadena de valor
Generación de valor en el PIB
Garantía de venta
De lo local, a lo regional, nacional e internacional
Precios comunes y condiciones de compra
Estabilidad en los precios

Marketing

Marketing colectivo de producto

Impacto social

Sentido de pertenencia
Creación de empleo estable
Trabajo y salario estable
Igualdad de trato
Transparencia frente a los productores

Eficiencia

Aliviar carga de trabajo a productores
Organización profesional

Dinamización del medio rural

Dinamización económica del municipio
Cercanía entre trabajo y residencia familiar
Producción en nuestro territorio, nuestro municipio
Cadena de suministro corta
Patriotismo local

Proveedores locales

Fijación de población

Conocimiento y sensibilidad en la agricultura

Creación de empleo y actividad económica donde otras empresas no llegan

Dinamización de la economía local

Percepción del modelo de negocio

Seguridad

Heredar capital y un negocio en marcha

Heredar experiencia y forma de hacer

Calidad de producto desde lo local

Tributación

Impuesto sobre la renta

Resto de impuestos

Formación

Educación, experiencia

Acceso a expertos en la materia

Desarrollo profesional y personal desde lo local

Fortalecimiento de capacidades

Producción

Seguridad en la producción para clientes, mercados

Seguridad alimentaria

Producción garantizada todo el año

Producto kilómetro cero

Volumen

Gestión eficiente de residuos

Soporte técnico para la producción

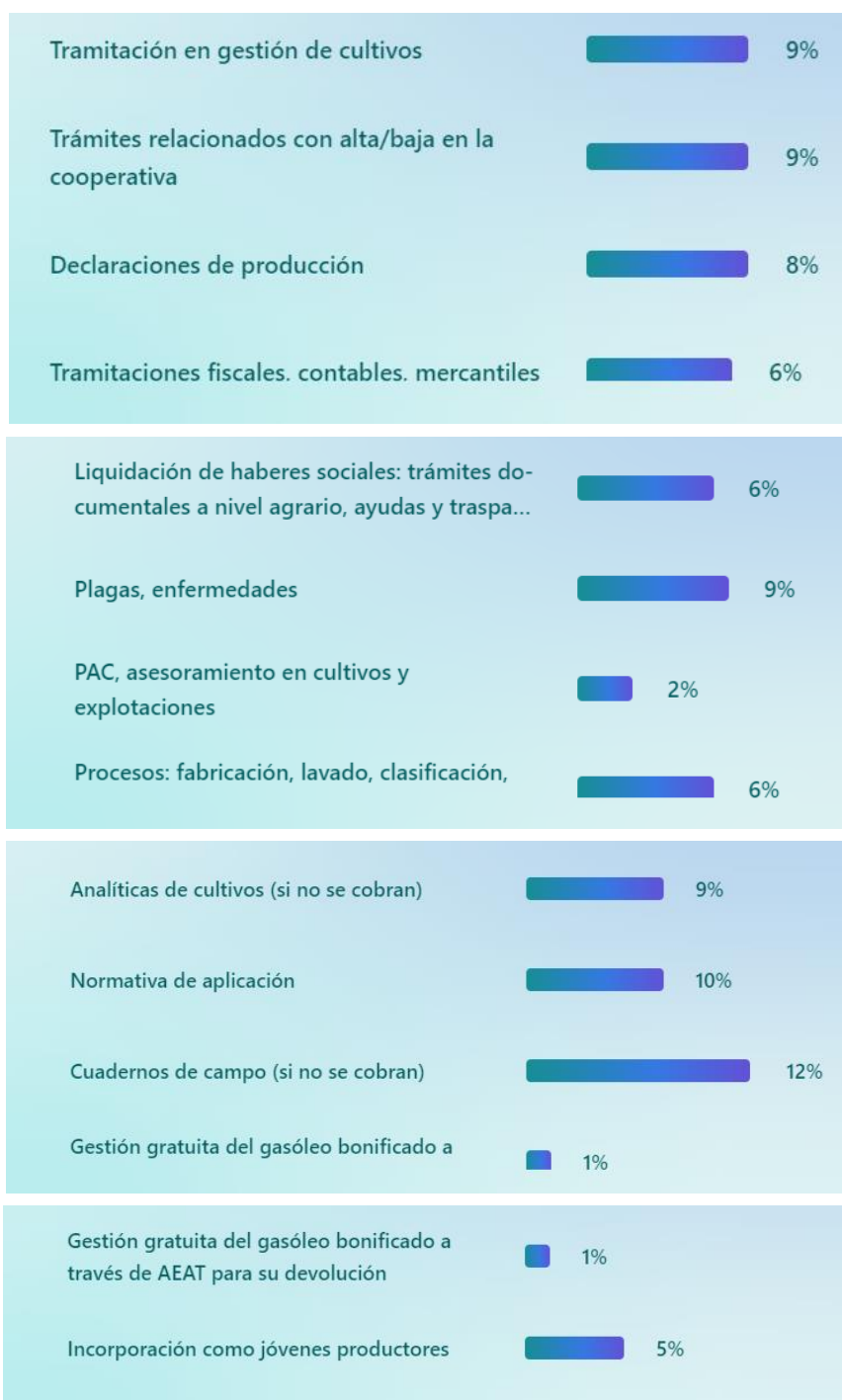
Apoyo a la certificación

Garantía en los ciclos de producción

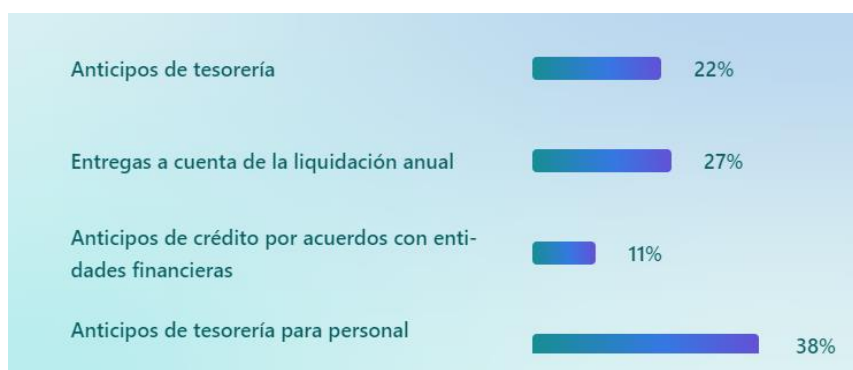
8.2. Variables de valor. Categorías.

A través de un cuestionario hemos realizado una consulta a las cooperativas del sector para **identificar todo aquello que se realiza, que no se cobra pero que aporta valor a sus grupos de interés**. Estos son los resultados.

- 1) Consultadas las cooperativas por el **servicio de asesoramiento** que prestan esta es la respuesta:



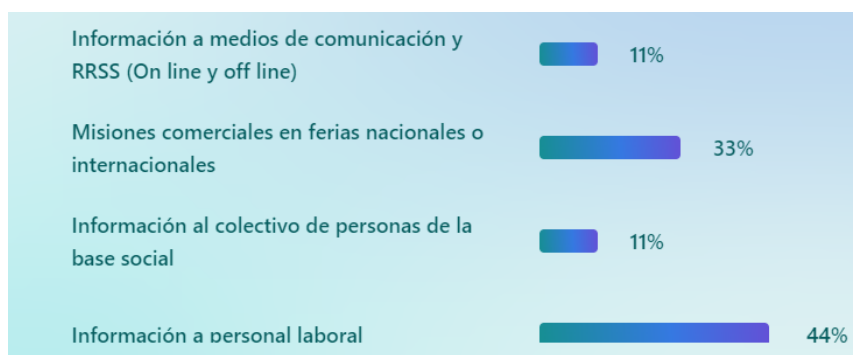
2) Consultadas las cooperativas por el acceso al crédito que prestan esta es la respuesta:



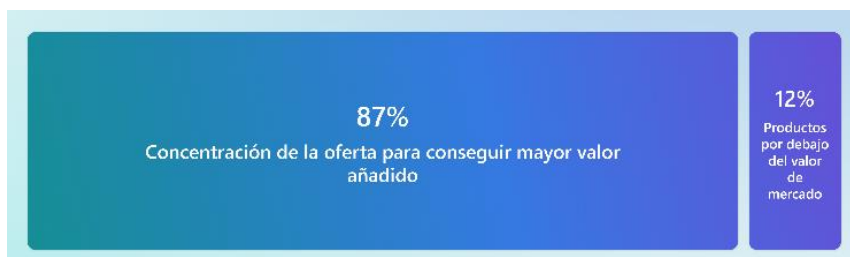
3) Consultadas las cooperativas por alianzas, convenios o pactos que contribuyen a generar mayor valor añadido esta ha sido su respuesta:



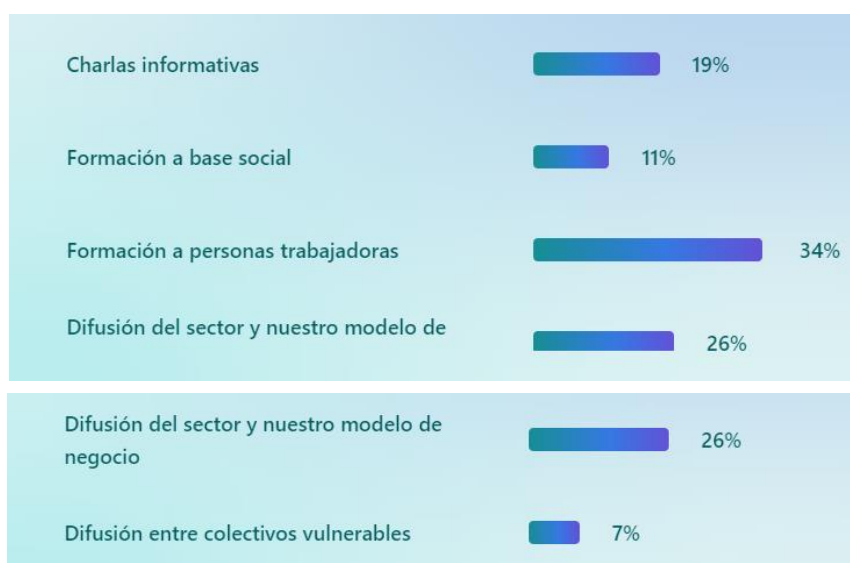
4) Consultadas las cooperativas por comunicación y eventos esta ha sido su respuesta:



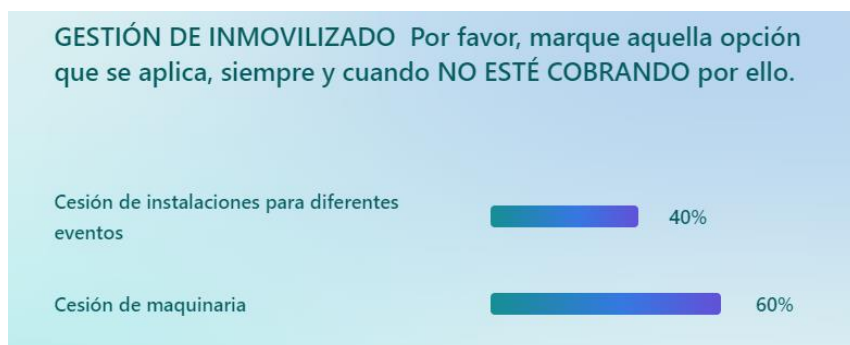
5) Consultadas las cooperativas por **economías de escala** esta ha sido su respuesta:



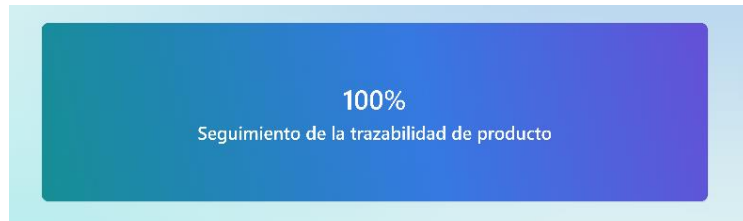
6) Consultadas las cooperativas por **formación** esta ha sido su respuesta:



7) Consultadas las cooperativas por **gestión del inmovilizado** esta ha sido su respuesta:



8) Consultadas las cooperativas por **trazabilidad del producto** esta ha sido su respuesta:



9) Consultadas otras acciones que aportan valor y que no están cuantificadas económicamente dentro de las cooperativas estas son las variables resultantes:

- La cooperativa aporta estabilidad.
- La cooperativa permite la conciliación entre trabajo y vida familiar.
- La cooperativa aporta sostenibilidad, generación de empleo y fijación de población al medio rural.
- Permite realizar colaboraciones con asociaciones, clubes y otros organismos a nivel local, aportándoles valor añadido.

A la hora de identificar en una sola palabra lo que la cooperativa aporta al medio rural, este es el resultado:



8.3. Descripciones de las variables de valor y posibles indicadores que pueden contribuir a medir el valor que se aporta.

Tipología: Asesoramiento

Categoría: Legal

Descripción:

- Informar de los pasos a seguir para darse de alta en agricultura e incorporarse como socio o socia en la cooperativa
- Actualización del capital social y trámites en caso de fallecimiento, segregación por cuestiones familiares, compraventa de participaciones sociales; trámites documentales a nivel legales a nivel agrario y de facilitación ante la Oficina Comarcal Agraria, ayudas, certificado de haberes, capital social
- Asesoramiento al socio de noticias que afectan a normativas legales
- Asesoramiento e información para tramitar la incorporación al colectivo de jóvenes

Indicadores:

- Número de horas dedicadas a través del concepto de “ventanilla única” a la persona asociada
- Número de campañas informativas llevadas a cabo para informar del servicio prestado a la persona asociada
- Número de expedientes de incorporación de jóvenes en los que se ha intervenido
- Subvenciones obtenidas por las personas socias derivadas de tramites realizados por la cooperativa

Tipología: Asesoramiento

Categoría: Gestión de cultivos

Descripción:

- Trámites en gestión de cultivos, servicios ante la oficina comarcal agraria

- Liquidación e información sobre régimen fiscal aplicable más favorable

Indicadores:

- Número de expedientes tramitados y horas dedicadas
- Número de horas dedicadas a asesoramiento para identificar el mejor régimen fiscal

Tipología: Asesoramiento

Categoría: Técnico de campo

Descripción:

- Información en cuanto a gestión de plagas
- Analíticas de laboratorio (si no se cobran)
- Tramitaciones de PAC (asesoramiento y PAC)

Indicadores:

- Horas de asesoramiento realizadas
- Número de expedientes tramitados de PAC
- Número de personas asesoradas en PAC

Tipología: Asesoramiento

Categoría: Suministros

Descripción:

- Gestión gratuita del gasóleo bonificado a través de AEAT para su devolución

Indicadores:

- Número de expedientes tramitados de gasóleo bonificado

- Importe obtenido por las personas socias a través de nuestros trámites

Tipología: Servicios**Categoría: Agroalimentaria**Descripción:

- Acceso a productos por debajo del precio de mercado

Indicadores:

- Peso o volumen que se vende por debajo del precio de mercado
- Diferencia entre precio de mercado y precio cooperativo por peso o volumen entregado

Tipología: Servicios**Categoría: Transporte**Descripción:

- Acceso a transporte y entrega de bienes, suministros y servicios por debajo de PVP de mercado

Indicadores:

- Precio de mercado por el transporte realizado
- Horas de servicio prestadas por personal de la cooperativa valoradas a precios de mercado

Tipología: Servicios**Categoría: Gestión del inmovilizado**Descripción:

- Cesión de instalaciones a coste cero o por debajo del precio de mercado
- Cesión de maquinaria a coste cero o por debajo del precio de mercado

Indicadores:

- Coste hora de alquiler de instalaciones a precio de mercado
- Coste hora de alquiler de maquinaria a precio de mercado

Tipología: Acceso al crédito

Categoría: Liquidez

Descripción:

- Gasóleo comercializado a personas socias a crédito a cuenta de la liquidación para favorecer su liquidez en el corto plazo

Indicadores:

- Litros suministrados a crédito valorados a precio de mercado de acuerdo al tipo de interés legal del dinero

Tipología: Acceso al crédito

Categoría: Liquidación

Descripción:

- Entregas a cuenta de la liquidación anual realizadas
- Anticipos a cuenta de la liquidación por acuerdo con entidades financieras

Indicadores:

- Anticipos entregados a cuenta de la liquidación final
- Crédito disponible con entidades financieras utilizado por negociaciones de la cooperativa
- Interés legal del dinero no pagado por los anticipos a cuenta realizados previos a la liquidación

Tipología: Alianzas, convenios pactos**Categoría: Calidad y diferenciación**Descripción:

- Colaboraciones para divulgar el sector y asociaciones a través de la creación de figuras de calidad o reconocimiento de entidad asociativa de interés regional, agrupaciones de productores, etc
- Sellos reconocimiento de marca y calidad

Indicadores:

- Acciones ligadas a la promoción de la calidad diferenciada
- Acciones ligadas a la promoción del crecimiento de la dimensión
- Número de sellos de calidad
- Valor añadido obtenido por disponer de un sello de calidad

Tipología: Alianzas, convenios pactos**Categoría: Obra Social**Descripción:

- Acciones con agrupaciones concretas con productos específicos: asociaciones de interés social, carreras populares, amas de casa, fiestas locales con productos, fiestas gastronómicas, donación a banco de alimentos

Indicadores:

- Número de acciones en beneficio de la comunidad y valor económico aportado
- Contraprestación a precio de mercado recibida por desarrollar iniciativas ligadas a fines sociales

Tipología: Alianzas, convenios pactos

Categoría: Entidades financieras

Descripción:

- Convenios para facilitar el acceso al crédito a la base social
- Acuerdos financieros de la cooperativa
- Cantidad de dinero financiada por la cooperativa

Indicadores:

- Importe total del crédito disponible para financiar circulante de la base social

Tipología: Alianzas, convenios pactos

Categoría: Administraciones Públicas

Descripción:

- Colaboración para desarrollar campañas específicas por riesgos asociados a cultivos, medio ambiente o gestión del territorio
- Convenios para desarrollar acciones específicas en beneficio de la cooperativa

Indicadores:

- Aportaciones públicas para desarrollar acciones específicas en el territorio
- Aportaciones a precio de mercado para el desarrollo de programas específicos que desarrollen la actividad de la cooperativa.

Tipología: Comunicación

Categoría: Comunicación interna

Descripción:

- Circulares de información a la base social y a personal

Indicadores:

- Precio de mercado por la circular realizada

Tipología: Comunicación
Categoría: Comunicación externa

Descripción:

- Información a medios de comunicación y RRSS (canales online y offline)

Indicadores:

- Precio del post emitido en redes sociales o medios digitales
- Precio de la nota de prensa
- Precio de las entrevistas realizadas en medios de comunicación

Tipología: Comunicación
Categoría: Ferias comerciales

Descripción:

- Misiones comerciales en ferias nacionales o internacionales

Indicadores:

- Valor añadido obtenido a través de misiones comerciales nacionales o fuera de España

Tipología: Economías de Escala**Categoría: Ahorro en productos cooperativos**Descripción:

- Productos por debajo del precio de mercado

Indicadores:

- Importe del valor comercializado en productos por debajo del precio de mercado por no estar en condiciones óptimas de calidad

Tipología: Economías de Escala**Categoría: Ahorro en productos cooperativos**Descripción:

- Mayor importe en liquidación respecto a otras empresas del sector

Indicadores:

- Importe por unidad de producto liquidado por encima del precio de mercado

Tipología: Formación**Categoría: A base social**Descripción:

- Charlas informativas, formativas y de novedades de todo tipo a base social

Indicadores:

- Horas de dedicación

Tipología: Formación

Categoría: Personal externo

Descripción:

- Charlas informativas, formativas y de novedades de todo tipo a base social

Indicadores:

- Horas de dedicación

Tipología: Formación

Categoría: Centros educativos

Descripción:

- Charlas informativas, formativas o de divulgación de la cooperativa, el modelo cooperativo y sus productos

Indicadores:

- Horas de dedicación

8.4. Variables asociadas a grupos de interés

Tipología de variables de valor	BS	PL	CL	AS	CC	ES	PA	MC	EF	ECA	AP	CE	TS	AOP	CO	PD
Asesoramiento	X	X						X		X		X			X	
Servicios	X		X	X	X					X			X		X	
Acceso al crédito	X	X							X							
Alianzas, convenios y pactos	X		X	X	X		X		X	X	X	X	X	X		
Comunicación y eventos	X	X	X	X	X			X				X	X	X		X
Economías de escala	X		X												X	X
Formación	X	X	X	X	X			X				X				X

Descripción

Base social	BS	Administraciones Públicas	AP
Plantilla	PL	Centros educativos	CE
Clientes	CL	Tercer sector	TS
Asociaciones	AS	Asociaciones y organizaciones profesionales	AOP
Club	CC	Colectivo de consumidores	CO
Externalización de servicios	ES	Personal directivo	PD
Proveedores/acreedores	PA		
Medios de comunicación	MC		
Entidades financieras	EF		
Entidades de certificación y apoyo	ECA		

9. Ideas fuerza que desprenden del proyecto

Macroeconomía

- Castilla-La Mancha aporta el 52,4% de la producción nacional de champiñón y el 61,5% de la producción nacional de seta.
- El sector de frutas y hortalizas aporta a la economía 1.087,7 millones de euros (último dato publicado del 2020 en TIO), de las cuales el sector de hongos comestibles aporta un 9,3% a través de cooperativas.

Medio rural

- En 12 municipios de la región hay cooperativas con este sector, siendo la principal actividad económica local.
- En estos municipios hay 201 cultivadores de champiñón.

Empresas

- En Castilla-La Mancha hay 27 cooperativas de primer grado en el sector de hongos comestibles y 1 cooperativa de segundo grado.

Empleo

- El modelo cooperativo desde la comarca de La Manchuela genera 2.175 empleos directos, 3.971,7 empleos indirectos, 218,8 empleos de inversión y 465 empleos inducidos. En total, 6.830,5 empleos.
- 0,38 personas empleadas en el modelo cooperativo en la comarca de forma directa (superficie de La Manchuela 5658,55 kms²).

Producción

El sector de hongos comestibles en nuestra región aporta:

- El 52,4% de la producción de champiñón de toda España.
- El 61,5% de la producción de setas de toda España.

El valor social del modelo cooperativo

- Las cooperativas de primer grado del sector aportan:
 - 356,6 millones de euros en valor social de mercado
 - Valor social económico directo 259,3 millones de euros
 - Valor distribuido: 38,2 millones de euros
 - Valor retenido: 59 millones de euros
 - Valor distribuido a administraciones públicas: 16,3 millones de euros
- Las cooperativas de segundo grado aportan:
 - 35,6 millones de euros en valor de mercado
 - 34,8 millones de euros en valor social económico directo
 - 0,3 millones de euros en valor distribuido
 - 0,5 millones de euros en valor retenido
 - 0,2 millones de euros en valor distribuidos a administraciones públicas
- En conjunto, las cooperativas del sector aportan 392,2 millones de euros de valor de mercado a nuestra región.

Variables de valor asociadas al sector

- Detectamos 7 tipologías de variables y 21 categorías que ayudan a identificar intervenciones que realizan las cooperativas del sector de hongos comestibles y que no tienen una traslación efectiva a los precios ni a su cuenta de resultados y que, por tanto, permiten aumentar su valor.
- Hay 37 variables de valor aplicables a nivel de este subsector y 81 a nivel sectorial que pueden llevar asociado un proxy y un output final que aumentaría el valor de las bodegas cooperativas al medio rural.

10. Alineación del modelo cooperativo con los ODS

Este sector está alineado con los siguientes ODS



Se recomienda que cooperativas del sector emprendan a través de estas variables de valor identificadas y las que individualmente puedan surgir, a través del proceso de entrevistas, que realicen un proyecto de cálculo de valor social. Mostramos brevemente lo que es:





OFICINA CENTRAL:

Avenida de Criptana, 43
13600 ALCAZAR DE SAN JUAN (Ciudad Real)
Tlfno.926545200
Fax:926545208

DELEGACIONES:



ALBACETE:

Calle Rosario, 6 5ª planta pta 12
02001 ALBACETE
Tfno. 607823122
Fax.967241019

TOLEDO:

Ronda de Buenavista, 15. 2º
45005 TOLEDO
Tfno.925210921
Fax.925210916

CIUDAD REAL:

Juan II, 1A. 5º C
13001 CIUDAD REAL
Tfno: 609468341
Fax: 926215090

CUENCA:

Pza. de la Hispanidad, nº 10, 4º A
16002 CUENCA
Tfno:969225156
Fax.969225801

<http://www.agroalimentariasclm.coop>
cooperativas@agroalimentariasclm.coop