

- Colaborar con las autoridades competentes, particularmente en el mantenimiento de los registros públicos oficiales, y con los órganos de control encargados de la comprobación del pliego de condiciones que en cada momento estén autorizados por la administración competente.

Desde su fundación, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen (CRDO) viene trabajando para cumplir estos objetivos a través de distintas acciones, todo esto en un marco de incrementos y decrementos sustanciales de la producción en los últimos 20 años y de una “crisis” en el consumo. El azafrán, que se utilizaba de forma masiva en las cocinas, pasó a sustituirse por colorantes químicos y posteriormente, en una búsqueda de productos naturales, por otros condimentos como la cúrcuma.

El consumidor no ha regresado al azafrán porque ha olvidado que los atributos de la especia van más allá del color que aporta a los platos, ya que



El Azafrán de La Mancha siempre se vende en hebra y envasado. En la imagen, el azafrán antes de su envasado.

también da sabor y aroma y además es un potenciador de sabores porque lo que hace prescindible, en gran medida, la sal. En este contexto la DOP percibe que hay un desconocimiento general del producto y de sus características organolépticas ya que la especia se usa de forma inadecuada y existe la sensación de que estamos ante una especia de

elevado precio. Por eso, en el año 2018, el CRDO encarga a la UCLM un Plan de Marketing Estratégico, un documento que recoge acciones orientadas a poner en valor el azafrán manchego como producto y la DO Azafrán de la Mancha como marca e identidad inherente al mismos.