



INFORME EJECUTIVO DE GESTIÓN 2024

José Ignacio Moríñigo Director general
Ibérico Comercialización SCL



SI ES IBÉRICO,
SOMOS NOSOTROS

ibercomcooperativa.com



CARTA DEL DIRECTOR GENERAL

Integramos la cadena de valor

Queridos socios,

Es un honor dirigirme a todos vosotros en esta Asamblea General, en nombre del equipo directivo de Ibercom. Tras dos años marcados por enormes desafíos —económicos, estructurales y de mercado— me complace anunciaros que hemos regresado con firmeza a la senda del crecimiento y de los buenos resultados.

Este avance no es fruto del azar, sino del esfuerzo colectivo, de la resiliencia del sector ganadero ibérico y de la confianza mutua que, como socios, hemos sabido mantener incluso en los momentos más inciertos. Gracias a vuestro compromiso, hoy Ibercom vuelve a tener músculo, dirección y, sobre todo, futuro.

Miramos hacia adelante con especial ilusión por el desarrollo del nuevo Plan Estratégico 2026–2030, una hoja de ruta que no solo persigue recuperar los volúmenes previos, sino también mejorar y perfeccionar nuestro modelo cooperativo, adaptándolo a los nuevos retos del sector.

Este plan no es un simple documento técnico: es una apuesta decidida por el crecimiento sostenible, la

rentabilidad del socio ganadero, la diversificación comercial y la modernización de nuestras capacidades. Queremos pasar de ser meros intermediarios a líderes capaces de capturar más valor en cada fase de la cadena, desde el campo hasta el producto elaborado. Y queremos hacerlo con más socios, más animales y más herramientas para que vuestra explotación sea rentable y duradera.

El nuevo rumbo nos reta a superar el listón de los 200.000 ibercones anuales. Pero más allá de los números, se trata de garantizar que cada uno de vosotros, independientemente del tamaño de su explotación, tenga cabida, apoyo y retorno dentro de esta gran familia que es Ibercom.

Conscientes de nuestras fortalezas —experiencia, equipo, posicionamiento— también abordamos nuestras debilidades con humildad y determinación: mejorar procesos internos, reforzar nuestro control económico, revisar la estructura de gestión y abrir nuevas vías de relación con los socios que os permitan crecer con nosotros.

El camino por delante no estará exento de dificultades. Pero hoy más que nunca, contamos con una visión clara, recursos para invertir, y un

equipo humano dispuesto a dar lo mejor de sí por esta cooperativa. Ibercom será lo que entre todos queramos que sea.

Gracias por vuestra confianza, por vuestra paciencia, y sobre todo, por seguir creyendo en este proyecto común.

Recibid un cordial y afectuoso saludo.

José Ignacio Moríñigo Director general





Datos institucionales sobre la cooperativa

IBÉRICO COMERCIALIZACIÓN, S.C.L., fue constituida con fecha 18 de Febrero de 1999, con carácter indefinido, y con fecha 28 de diciembre de 1.999, el Ministerio de Agricultura, reconoce a la entidad como Agrupación de Productores de la especie porcina.

Con fecha de 21 de Mayo de 2003 mediante acuerdo de la Asamblea General se realiza la adaptación de estacooperativa a las disposiciones contempladas en la nueva Ley 27/1999, de 16 de Julio, Ley de Cooperativas.

Con fecha 3 de Enero de 2017 Ibérico Comercialización S.C.L. ha sido reconocida por el MAPAMA como Entidad Asociativa Prioritaria.

El domicilio social de la Cooperativa se establece en la calle Sevilla numero 22, en el polígono industrial El Prado de Mérida.

El ámbito territorial de actuación de la cooperativa es Nacional.

En cumplimiento de su objeto social la cooperativa centra sus actividades en la comercialización de ganado porcino de nuestros socios y su cobro, y la venta de piensos compuestos.

Nuestros valores

Seriedad y honestidad.
Transparencia y claridad.
Proactividad y mejora continua.
Colaboración y mejora conjunta.

Nuestra diferencia

Volumen + homogeneidad
Garantía de servicio
Innovación en producto y gestión
Trazabilidad absoluta

Mucho más que ganadería.
Nuestro saber hacer
aporta valor.



1

Datos económicos

Ventas, balance y resultados



Balance de situación

ACTIVO

A) ACTIVO NO CORRIENTE	3.633.972,86	B) ACTIVO CORRIENTE	30.242.977,21
I. Inmovilizado intangible	174.792,09	II. Existencias	6.599.609,13
3. Patentes, licencias, marcas y simil.	79,37	1. Comerciales	6.543.271,16
5. Aplicaciones informaticas	174.712,72	2. Materias primas y otros aprovision.	49.729,22
II. Inmovilizado material	1.478.865,87	6. Anticipos a proveedores	6.608,75
1. Terrenos y construcciones	1.230.371,23	III. Deudores comerc. y otras ctas.a cobrar	20.446.064,43
2. Instal.tecnicas y otro inm.material	248.494,64	1. Clientes por ventas y pres.servicios	11.037.336,00
III. Inversiones inmobiliarias	42.802,19	b) A Corto plazo	11.037.336,00
1. Terrenos	19.309,31	2. Clientes, emp. del grupo y asociadas	8.989.786,68
2. Construcciones	23.492,88	5. Activos por impuesto corriente	37.453,94
V. Inversiones financieras a largo plazo	1.502.855,33	6. Otros creditos con las Adm. Publicas	381.487,81
1. Instrumentos de patrimonio	1.281.086,36	VII. Efectivo y otros act.liquidos equival.	3.197.303,65
2. Creditos a terceros	200.000,00	1. Tesoreria	3.197.303,65
5. Otros activos financieros	21.768,97		
TOTAL ACTIVO (A+B)			33.876.950,07

PATRIMONIO NETO Y PASIVO

A) PATRIMONIO NETO	6.337.192,57
A-1) Fondos propios	5.680.920,09
III. Reservas	7.260.904,27
1. Legal y estatutarias	1.632.964,69
2. Otras reservas	5.627.939,58
VII. Resultado del ejercicio	-1.579.984,18
A-3) Subvenciones, donaciones y leg.recib.	656.272,48
B) PASIVO NO CORRIENTE	3.361.721,68
I. Provisiones a largo plazo	306.443,85
4. Otras provisiones	306.443,85
II. Deudas a largo plazo	3.028.459,54
2. Deudas con entidades de credito	3.028.459,54
VII. Deuda con características especiales LP	26.818,29
C) PASIVO CORRIENTE	24.178.035,82
III. Deudas a corto plazo	4.268.552,29
2. Deudas con entidades de credito	4.259.717,50
5. Otros pasivos financieros	8.834,79
V. Acreedores com. y otras ctas. a pagar	19.909.483,53
1. Proveedores	7.150.600,60
b) Proveedores a Corto Plazo	7.150.600,60
2. Proveedores, emp.grupo y asociadas	12.517.688,56
3. Acreedores varios	178.603,55
4. Personal (remuneraciones pdtes.pago)	6.066,15
6. Otras deudas con las Adm. Publicas	43.323,97
7. Anticipos a clientes	13.200,70
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	33.876.950,07





Pérdidas y ganancias

A) OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	100.753.052,07
a) Ventas	98.889.781,67
b) Prestaciones de servicios	1.863.270,40
4. Aprovisionamientos	-96.789.357,33
a) Consumo de mercaderías	-92.595.568,48
b) Consumo de mat.pri.y otras mat.cons.	-4.193.788,85
5. Otros ingresos de explotación	20.156,50
a) Ingresos accesorios y otros ges.corr	18.407,50
b) Subv.de explotación incorp.a Rdo.Eje	1.749,00
6. Gastos de personal	-917.766,46
a) Sueldos y salarios	-710.470,37
b) Cargas sociales	-207.296,09
7. Otros gastos de explotación	-4.605.095,16
a) Servicios exteriores	-2.409.983,37
b) Tributos	-6.692,83
c) Perd.,deter. y var.prov. por op.com.	-2.188.418,96
8. Amortización del inmovilizado	-78.425,07
9. Input.Subv.de inmov. no financ. y otras	111.191,15
13. Otros resultados	10.703,67
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACION	-1.495.540,63
14. Ingresos financieros	133.521,90
b) De valores neg. y otros inst.financ.	133.521,90
b2) De terceros	133.521,90
15. Gastos financieros	-650.122,83
b) Por deudas con terceros	-650.122,83
18. Deterioro y rtdo.por enj. de inst.fin	-2.500,00
a) Deterioro y pérdidas	-2.500,00
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19)	-519.100,93
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.014.641,56
20. Impuestos sobre beneficios	434.657,38
A.4) RESULTADO EJ. PROC.OPER.CONTINUADAS	-1.579.984,18

2

Porcino

Evolución de la comercialización



EVOLUCIÓN TOTAL DE LAS VENTAS

Evolución de la comercialización de ganado porcino

Como se puede observar en el cuadro siguiente, la evolución de la cantidad de ganado porcino comercializado en el último año ha descendido de manera notable con la salida de Ganadería Casaseca 2010 slú. Se han reducido las ventas en número de animales un 31%.

ANIMALES COMERCIALIZADOS

	2024	2023	2022	2021	2020
Lechones y tostones	118.565	148.137	138.231	138.745	137.804
Marranos y primales	9.834	9.448	4.742	4.029	5.082
Cebones pienso	104.410	191.030	184.734	154.330	120.645
Cebones bellota	14.528	12.289	20.367	24.163	24.113
Cebo despiece	5.760	12.593	29.769	24.283	67.163
Bellota despiece	7.548	7.358	6.259	10.104	9.844
Castronas y desecho	2.097	1.542	1.499	1.172	243
Reproductores	1.778	1.340	2.745	4.936	5.990
Total	264.520	383.737	388.346	361.762	370.884

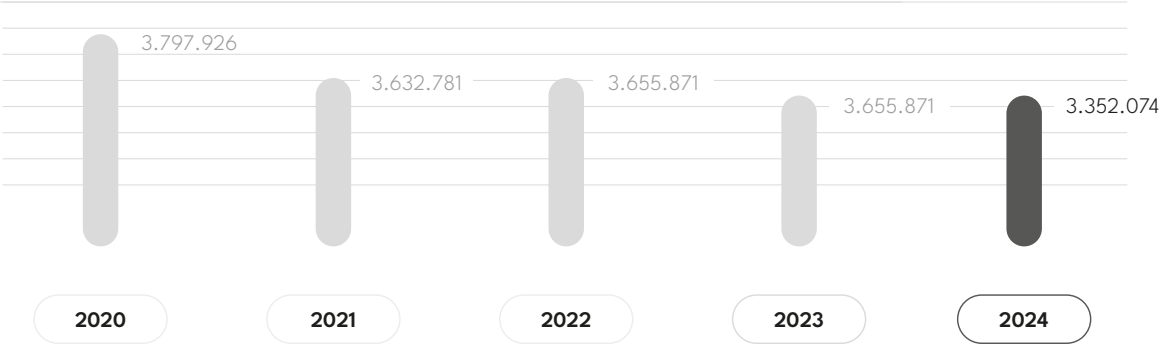
Las reducciones más importantes se han producido en los cebados, tanto de vida como en despiece, seguido de las ventas de lechones.



VOLUMEN COMERCIALIZADO (miles de €)

	2024	2023	2022	2021	2020
Lechones y tostones	13.778	13.336	10.609	10.966	8.050
Marranos y primales	2.381	1.972	1.185	559	1.496
Cebones pienso	37.682	64.790	65.506	45.070	29.373
Cebones bellota	7.878	6.759	10.354	4.570	9.226
Despiece	17.896	15.488	12.372	17.998	20.325
Castronas y desecho	341	266	218	178	30
Reproductores	775	540	840	1.292	1.285
Total	80.730	103.150	101.083	80.633	69.785

CERDOS IBÉRICOS SACRIFICADOS



28,56 €/@

PRECIO PROMEDIO DE CEBO

Frente a los 26,49 €/@ de 2023, lo que supone un 7,81 % por debajo del año

2,514 €/libra

PRECIO PROMEDIO DE LECHONES

Frente a los 1,847 €/libra de 2023, lo que supone un 36,12 % por encima del año anterior.

Como se puede observar en el cuadro siguiente, la evolución de la cantidad de ganado porcino comercializado en el último año ha descendido de manera notable con la salida de Ganadería Casaseca 2010 sl.. Se han reducido las ventas en número de animales un 31%.

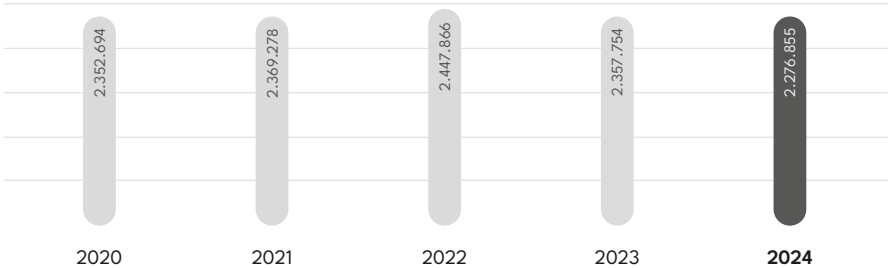
Las reducciones más importantes se han producido en los cebados, tanto de vida como en despiece, seguido de las ventas de lechones.

Los últimos datos del sector reflejan que la producción de cerdo ibérico ha seguido la siguiente evolución, con un ligero descenso en el último año de menos del 6 %.

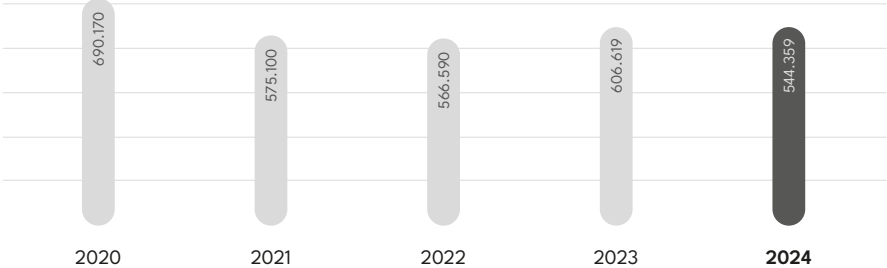
Las producciones globales del sector han ido descendiendo de manera continuada hasta un 12% en los últimos 5 años, aunque de manera diferente según la categoría.



EVOLUCIÓN CEBO



EVOLUCIÓN CEBO DE CAMPO

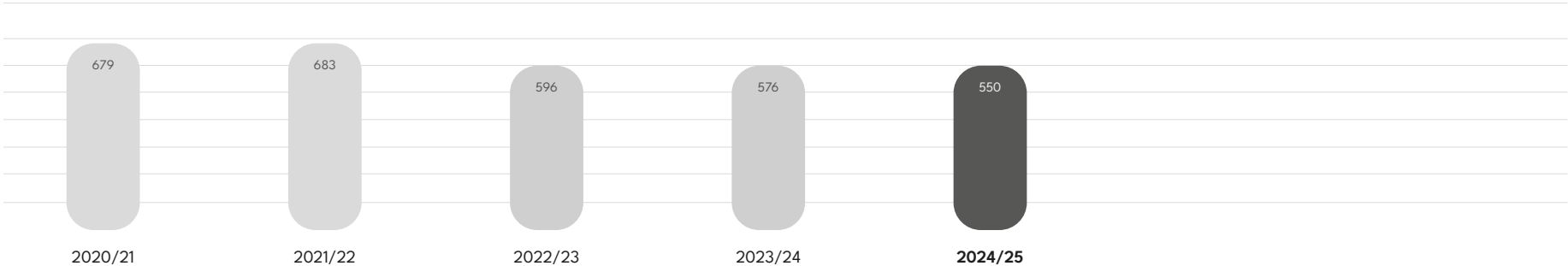


Las producciones de cebo se han mantenido-constantas a pesar de las reducciones de los últimos años.

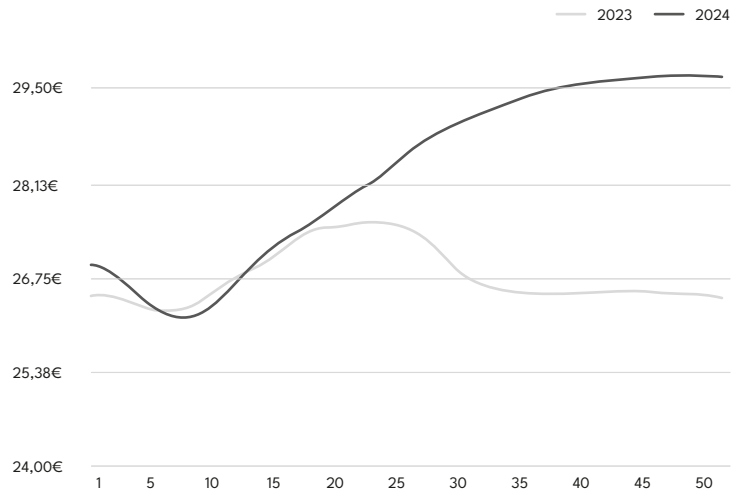
En las producciones de bellota además se ha producido un cambio importante en los porcentajes racialesde los animales, estando ya por encima del 65% los animales ibéricos puros.

En cambio, las producciones de cebo campo han descendido de manera importante:

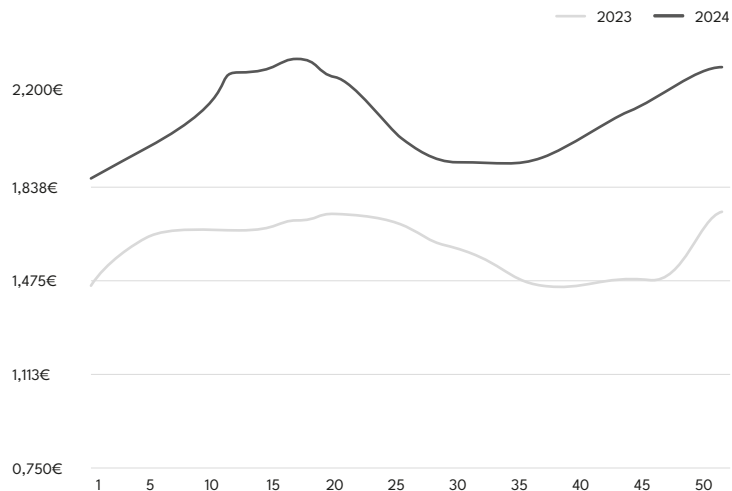
CERDOS DE BELLOTA SACRIFICADOS



EVOLUCIÓN DE LA COTIZACIÓN DEL CERDO DE CEBO 2023/24



PRECIO LECHÓN 2023/24



Los precios de venta de cebo durante este 2024 se han incrementado de promedio un 8%. Ha sido a partir de la primavera de 2024 cuando han empezado a subir de manera importante, con una diferencia a finales de año comparado con el año anterior del 18%.

Para los lechones este incremento de precio ha sido más importante pero más constante durante todo el año, con unos crecimientos superiores al 35%. Este hecho ha provocado que en categoría de lechones a pesar de tener un importante retroceso en la venta de animales, el importe facturado prácticamente no se haya resentido.

Con respecto a las ventas de cerdos de cebo en despiece, durante 2024 hemos sufrido variaciones importantes de volumen en el mismo sentido y por las mismas consecuencias que con el cebo en vivo. En cambio, en la bellota se han mantenido las cantidades de animales destinados a esta línea.

La actividad emprendida con el despiece, además de abrirnos camino a nuevos clientes y permitirnos reducir riesgos, nos ha dado una flexibilidad muy importante, así como las posibilidades de nuevas líneas de negocio.

Ibercom durante este 2024 ha sufrido la pérdida de animales procedente del socio con mayor volumen de la cooperativa. El equipo de Ibercom esta trabajando para recuperar este volumen perdido.

En cuanto a la comercialización, los objetivos siguen siendo buscar relaciones estables con compradores serios y fiables mediante la firma de contratos a medio plazo, como medio más eficaz para combatir las fluctuaciones del mercado.



3

Vacuno

Evolución de la comercialización



La comercialización de vacuno en Ibérico Comercialización S.C.L. se inicio en 2014, donde nos agrupamos con la cooperativa de segundo grado BOVIES para la comercialización de pasteros. Poco a poco vamos especializándonos más en este mercado. En los últimos tiempos hemos conseguido cerrar acuerdo para también comercializar las vacas de desvieje con precios un 30% superior a los del mercado, y se están realizando ya la venta de los animales cebados.

En cuanto a la comercialización, los objetivos perseguidos han sido los mismos que los utilizados para la venta de porcino, buscando relaciones estables con compradores serios y fiables mediante la firma de contratos a medio plazo, como medio más eficaz para combatir las fluctuaciones del mercado.

VENTAS VACUNO

	2024	2023	2022	2021	2020
Número de animales	6.853	6.462	6.973	6.265	5.700
Importe	7.611.682 €	6.073.878 €	5.921.679 €	4.622.384 €	3.853.777 €





Evolución de la Comercialización de Piensos

La otra gran actividad de la cooperativa es la venta de piensos a nuestros socios. Para ello se tienen acuerdos con cuatro fábricas de pienso: Merco en Badajoz, Daruz en Zafra, la Cooperativa de Salva-león , De Heus y Piensos Teca.

VOLUMEN COMERCIALIZADO en toneladas métricas

	2024	2023	2022	2021	2020
Recría Intensiva	4.177	5.532	4.970	6.222	8.726
Recría Extensiva	2.245	2.449	2.656	4.050	2.986
Premontanera	229	533	554	602	3.357
Cebo Final	1.653	2.172	3.999	3.152	3.678
Cebo Montanera	1.100	1.198	2.347	1.415	2.817
Cerdas Lactantes	796	858	980	1.740	1.104
Cerdas Gestantes	22.217	2.134	2.560	2.102	2.611
Resto Piensos	22.217	15.536	5.361	6.351	5.981
Total	34.693	30.412	23.427	25.634	31.260

Los consumos se han reducido en los piensos de cebo y mantenido en el resto de las categorías.

Los restos de piensos incluyen mayoritariamente venta de cereales a los socios.

Además de las ventajas evidentes de una compra unificada, la Cooperativa dirige la formulación de los principales piensos para ganado porcino y tiene establecido un plan de control de calidad muy extenso, con toma de muestras periódicas y su correspondiente análisis.

El siguiente cuadro muestra la evolución de la venta de pienso en euros.

VOLUMEN COMERCIALIZADO en miles de €

2024

10.199

2023

10.253

2022

10.123

2021

7.555

2020

8.287

Los compradores cada vez se interesan más por el tipo de alimentación que han consumido los animales y que esté controlada y sea de calidad. El control de calidad y la utilización de solo materias nobles en la formulación aseguran la posterior calidad del producto curado.



4

Export

Evolución de la comercialización

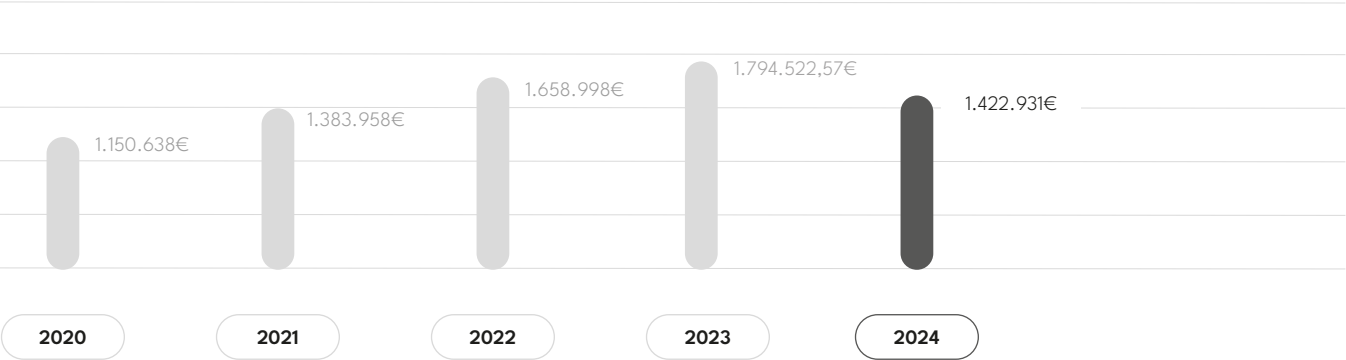


Exportación: un canal consolidado

Durante el año 2024, Ibercom alcanzó una facturación de **1.422.931 euros** en exportación. Aunque esta cifra representa un descenso del 20,71 % respecto al año 2023, se mantiene dentro de los niveles más elevados registrados desde el inicio de la actividad exportadora.

PAIS	Suma de Neto
BE	11.754
DE	109.972
GB	61.857
HK	246.497
KR	537.593
LT	113.666
NL	11.207
PT	330.386
Total general	1.422.931

EXPORTACIONES ANUALES en miles de €



Desde que se comenzó a exportar en el año 2019, la facturación acumulada en este canal asciende ya a 7.430.520 euros, lo que confirma que la exportación sigue siendo un pilar estratégico para la compañía, incluso en un ejercicio marcado por ajustes y reequilibrios en el mercado internacional.

5

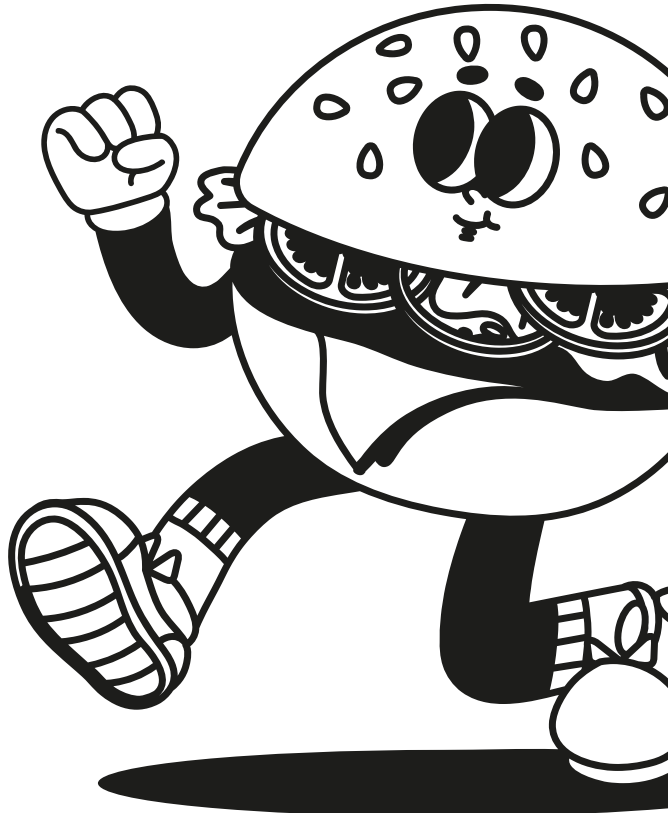
Sala Blanca

Corte y envasado de carnes ibéricas

Calidad y frescura

Es el séptimo año de funcionamiento de la sala blanca. La sala blanca está equipada con una línea de envasado en bandeja (tanto skin como atmósfera protectora), que incluye un detector de metales y un tren de etiquetado. Además, dispone de dos líneas de envasado en bolsa de vacío en campana (una de campana simple y otra de doble campana) y una termoformadora. Para finalizar el producto paletizado, se utiliza una retráctiladora automática.

Desde esta sala, Ibercom distribuye productos a nivel nacional e internacional, atendiendo a distribuidores, supermercados y el sector de la restauración. A continuación, se presentan algunos de los productos finales que se elaboran en la sala.



Entre los nuevos productos comercializados en 2024 se encuentra la **hamburguesa "LA IBÉRICA"**



6

Sala de curados

Loncheado y envasado de productos curados



La sala de curado de Ibercom tiene la capacidad para manejar hasta 1.000 jamones simultáneamente. Estos jamones, una vez curados, están listos para ser vendidos a los clientes finales. Ibercom distribuye estos productos a través de dos principales canales: el canal HORECA (que incluye hoteles, restaurantes y cafeterías) y el canal online, atendiendo así tanto a negocios como a consumidores individuales.

La infraestructura de la sala de curado está equipada con varias áreas especializadas para asegurar la calidad y eficiencia del proceso de producción. Cuenta con una línea de loncheado, que permite cortar el jamón en finas lonchas listas para el consumo; una sala de curación de producto final, donde los jamones completan su proceso de maduración; y una sala de envasado y encajado, donde los productos son empaquetados y preparados para su distribución.

VOLUMEN COMERCIALIZADO en toneladas métricas

	Piezas	Ventas
Jamón Curado Bellota 100% Iberico	894	154.044
Jamón Curado Cebo 100% Iberico	6.985	494.934
Jamón Curado Cebo Campo 100% Iberico	1.962	211.056
Jamón Curado Cebo Campo Iberico 50% R.I.	879	101.042
Jamón Curado Cebo Iberico 50% Raza Ibérica	29.504	2.464.516
Jamón Curado S/D	239	17.236
Paleta Curado Cebo 100% Iberico	2.251	88.709
Paleta Curado Cebo Campo 100% Iberico	194	10.859
Paleta Curado Cebo Campo Iberico 50% R.i.	272	13.785
Paleta Curado Cebo Iberico 50% Raza Iberica	13.941	613.632
Paleta Curado S/D	1.242	57.265
Total	58.363	4.227.076



2022_04.2_IBERCOM_01_NUEVA PLANTA MÉRIDA

Actuación cofinanciada por la Unión Europea

Europa invierte en las zonas rurales

INVERSIÓN:

Total

Cofinanciación UE

155.700,00 €

53%

7

Marcas

Líneas



Líneas

En 2024, Iberico Comercialización centralizó sus marcas bajo el nombre de Ibercom, como marca matriz y sus submarcas Anónimo y Metáfora.

Ibercom



Se centra en la comercialización de carne de cerdo ibérico de las cuatro calidades amparadas por el Real Decreto 4/2014 del ibérico: Cebo, Cebo de Campo, Bellota y Bellota 100% Iberico. La comercialización se realiza tanto en refrigerado como en congelación y se destina tanto a nivel nacional como en el mercado de exportación.

Anónimo



Anónimo está destinada a la comercialización de carne y productos curados fuera de la norma del ibérico (Real Decreto 4/2014). Se trata de una marca creada para añadir valor al producto que el sector comunmente llama fuera de la norma.

Metáfora



Por último, Metáfora se orienta hacia el sector gourmet con unos jamones y embutidos más selectos y de las dos mejores calidades del cerdo ibérico: Bellota Ibérico y Bellota 100%.

8

Tienda Online

ibericoparatodos.com



tienda.ibercomcooperativa.com

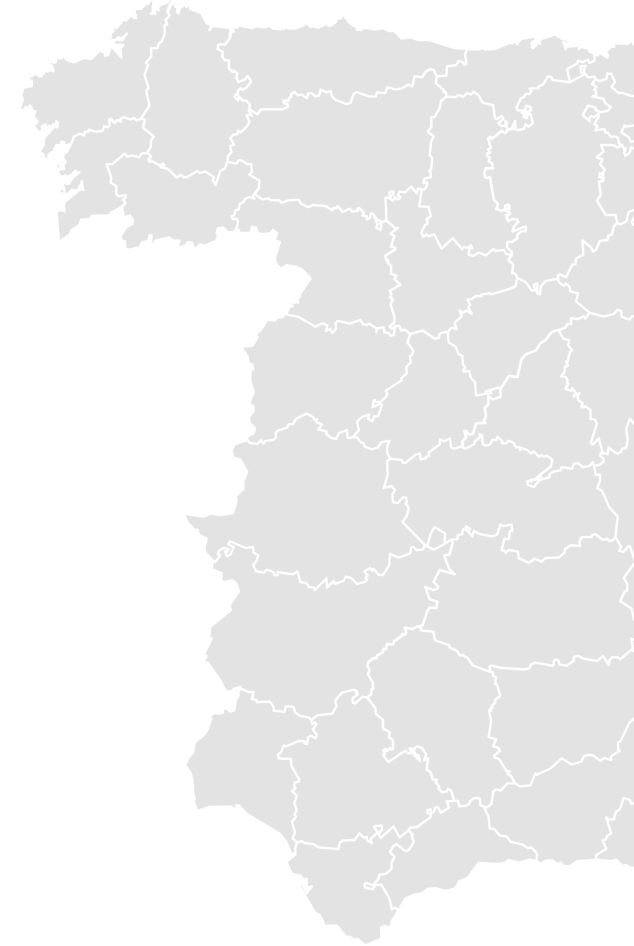
En el año 2024, desde el mes de Septiembre hasta la fecha de corte del presente informe, la tienda online de Ibercom ha experimentado un crecimiento extraordinario en términos de facturación. En este periodo, se ha alcanzado un volumen de ventas de 42.334 €, lo que representa un incremento del 151% respecto al total anual del ejercicio anterior (16.837,70 €).

Este crecimiento no solo supera ampliamente la facturación obtenida durante todo el año anterior, sino que marca un **hito sin precedentes** en la historia de la tienda online de Ibercom. Nunca antes se había alcanzado una cifra de facturación tan elevada en un plazo tan reducido, lo cual evidencia una consolidación clara de la estrategia digital implementada, así como una respuesta más que positiva por parte del mercado.

Facturación total 2024

42.334€

Este éxito es el resultado de un conjunto de factores clave: la optimización de la plataforma de e-commerce, el fortalecimiento del catálogo de productos, un enfoque comercial más estratégico y una mejora evidente en la comunicación digital y fidelización de clientes.



9

Gobierno

Descripción del gobierno de la sociedad



Órgano de Administración

PRESIDENTE:	D. Juan Alonso Barrena Torres
VICEPRESIDENTE:	Dña. Carmen León Sánchez Fogexsa
SECRETARIO:	D. Francisco Espárrafo Carande
TESORERO:	D. Agustín Torres Pérez Melcorigen S.a
VOCAL 1º:	D. Carlos Ruiz-Mateos Agroal. El Bucarito
VOCAL 2º:	D. Alejandra Marzal La Risca de Badajoz
VOCAL 3º:	D. Rafael Luengo Otero Nilasa S.A.
VOCAL 4º:	D. Fco. Javier Solano Caballer
VOCAL 5º:	D: Luis Rubio Hernanz Scl Mirabel

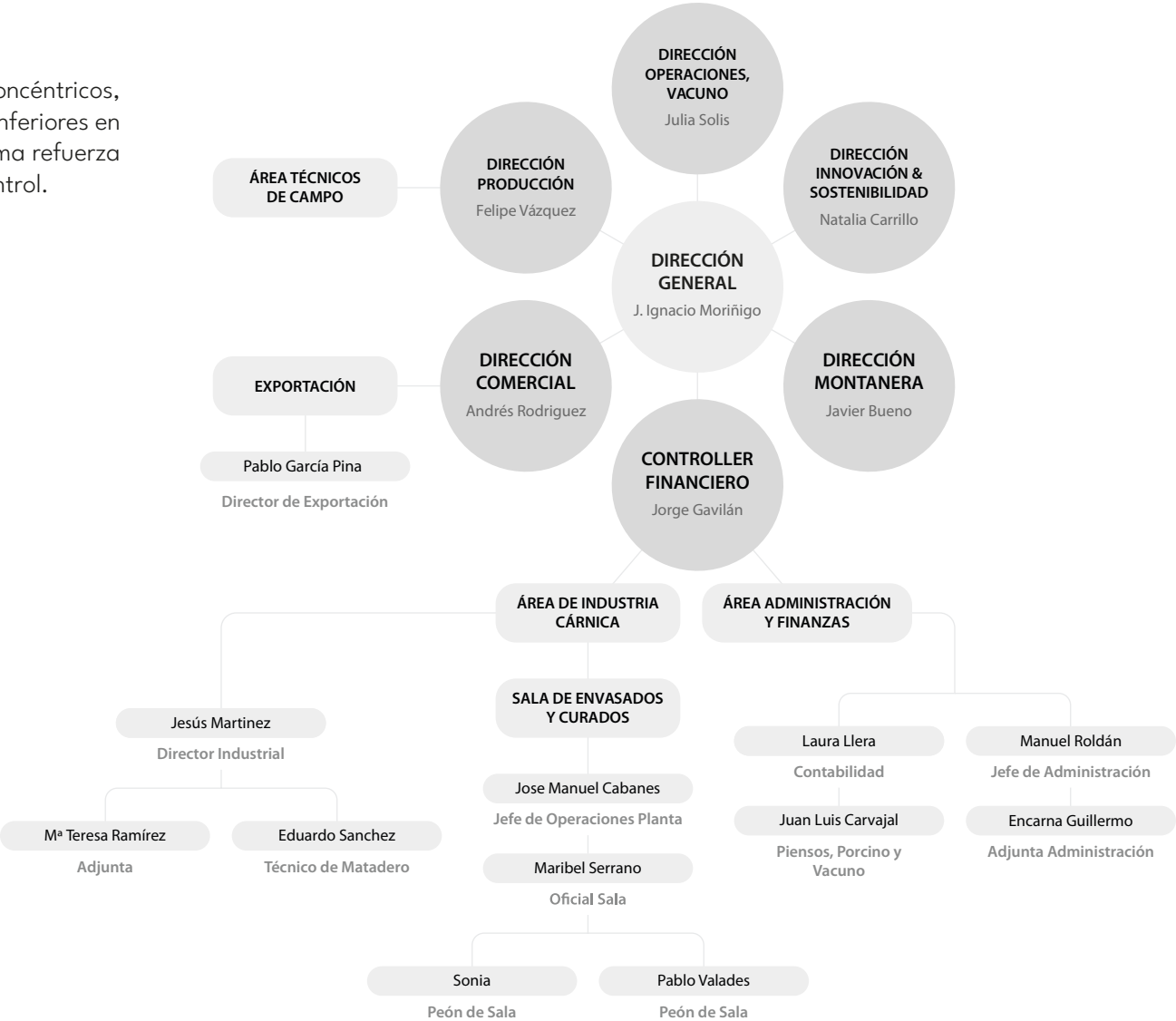
El Consejo Rector se reúne aproximadamente, una vez al mes y extraordinariamente cuantas veces haga falta. Durante el año 2024 el Consejo Rector se ha reunido doce veces. A todos los Consejos Rectores asiste el Sr. Gerente con voz, pero sin voto, para dar cuenta de la evolución de los principales parámetros de la sociedad.



ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN

Organigrama Circular:

Muestra la jerarquía en forma de círculos concéntricos, con el nivel más alto en el centro y los niveles inferiores en los círculos exteriores. Este tipo de organigrama refuerza la idea de liderazgo como apoyo, no como control.





Evolución del número de socios

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Socios iniciales	127	128	128	125	124	92
Socios finales	128	128	125	124	92	92



10

Gestión, calidad e innovación

Proyectos de innovación



PROYECTO

IBERVAL



El objetivo general de este informe es aportar información que posibilite explorar potenciales soluciones a la gestión y procesado de subproductos de matadero de porcino Ibérico que sean más rentables a las que actualmente se emplean, consiguiendo de esta manera:

Se procederá a la eliminación de subproductos contaminantes para el medio ambiente, la reducción del gasto energético en las industrias, la reducción de los costes de gestión de residuos, la valorización de diferentes subproductos, la mejora de la competitividad sectorial y la adaptación radical de las condiciones de obtención de dichos subproductos.



PROYECTO

GO IBERMANURE



El objetivo general será resolver la actual problemática relativa a la gestión de purines de las explotaciones pequeñas y medianas de cerdo ibérico de Extremadura, con su máximo aprovechamiento en agricultura, y reduciendo de forma significativa las emisiones de gases a la atmosfera y la contaminación de los suelos. Así pues, en la práctica cumplirá con tres funciones esenciales: gestión de purines, aprovechamiento agrícola y reducción de la contaminación.



PROYECTO

GO MEJORASEN



El objetivo final es mejorar la eficiencia de la producción ovina, bovina y porcina autóctona e incrementar el avance genético mediante el control del sexo de la descendencia. Todo ello, mediante el estudio en profundidad de las variables de calidad de semen y reproductivas, así como el estudio de la mejor técnica de inseminación artificial, para el posterior desarrollo de protocolos que permitan aplicar nuevas tecnologías de sexaje de semen.

El alcance del proyecto es realizar experiencias piloto para demostrar el valor añadido, la rentabilidad comercial y la eficiencia de la utilización de las técnicas de sexaje de semen, adaptándolas a las condiciones prácticas de los sistemas actuales de producción de ganado autóctono



Gestión de Calidad y Auditorias

En 2024, en Ibercom hemos mantenido con orgullo nuestros sellos de calidad IFS Broker y FOOD para los productos comercializados en despiece de la cooperativa. Este reconocimiento respalda nuestro compromiso continuo con la excelencia y la seguridad alimentaria, asegurando que todos nuestros productos cumplen con los estándares internacionales más estrictos. Además, seguimos certificados con la SAE para exportación en la sala de envasado, lo que nos permite ofrecer nuestros productos en mercados internacionales con la misma garantía de calidad. También conservamos nuestro sello de norma de calidad, reafirmando nuestro compromiso con los altos estándares en todos los aspectos de nuestra operación.

En Ibercom, seguimos comprometidos con el bienestar animal, una prioridad fundamental en nuestras prácticas agrícolas. Nuestro compromiso está

respaldado por el sello WELFAIR QUALITY (WQ), que cubre aproximadamente el 90% de nuestras explotaciones de cebo, cebo campo y bellota. Este sello certifica que nuestras prácticas agrícolas respetan y promueven el bienestar de los animales en todas las etapas de producción. Además, algunos de nuestros socios también están respaldados por el sello IBAW, que reconoce y promueve las mejores prácticas en bienestar animal.

La sostenibilidad es otro pilar esencial de nuestras operaciones en Ibercom. Mantenemos nuestro sello de la ORSE y el sello de OECC, demostrando nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental. Cada año, implementamos nuevas iniciativas para reducir nuestra huella de carbono y minimizar nuestro impacto ambiental. Este año, hemos dado pasos significativos hacia una operación más ecológica al incorporar un coche 100% eléc-

trico en nuestra flota y al instalar paneles solares en nuestras instalaciones. Estas acciones no solo reducen nuestras emisiones de carbono, sino que también subrayan nuestro compromiso con un futuro más sostenible.

La transparencia y la confianza son valores fundamentales para nosotros. Nuestros estados financieros, contables y patrimoniales son auditados por un auditor externo, lo que garantiza que mantenemos los más altos estándares de transparencia y responsabilidad financiera. Con estos instrumentos actualizados, fortalecemos la confianza que nuestros socios, proveedores y clientes depositan en nosotros. Esto nos permite continuar construyendo relaciones sólidas y duraderas basadas en la confianza y la integridad.





Estrategia Digital

Resumen de la Estrategia Digital Ibercom

La estrategia digital implantada en Ibercom está marcando un antes y un después en la forma de comunicar la marca, posicionándola de forma sólida y diferencial tanto en el mercado nacional como en nuevos públicos internacionales. Este trabajo está permitiendo consolidar el presente y sentar unas bases sólidas de crecimiento a futuro.

En síntesis, las principales acciones desarrolladas hasta la fecha son:

Desarrollo integral de nueva web corporativa

<http://ibercomcooperativa.com>

Diseñada desde cero, optimizada a nivel SEO y orientada a la captación de negocio. Además, se ha creado una web específica para tienda online: tienda.ibercomcooperativa.com, con el objetivo de separar la información corporativa de los productos y promociones, facilitando así la navegación del cliente y mejorando su experiencia de compra.

Gestión profesional de las redes sociales

Un ecosistema de contenidos donde el producto, la historia, el equipo humano y el territorio son los protagonistas. Esta labor se ha traducido en un crecimiento sostenido de la comunidad, con un aumento de casi un 15% en Instagram y un alcance acumulado de más de 107.000 cuentas.



Campañas de mailing informativas dirigidas a la comunidad

Que comunican promociones, recetas, noticias y novedades, contribuyendo a mantener una relación cercana y activa con los clientes.



Creación de contenidos para el blog de la web

Incluyendo noticias relevantes del sector y recetas, reforzando la presencia digital y ofreciendo valor añadido a la audiencia.

Estrategia y ejecución de campañas publicitarias de pago para fechas clave

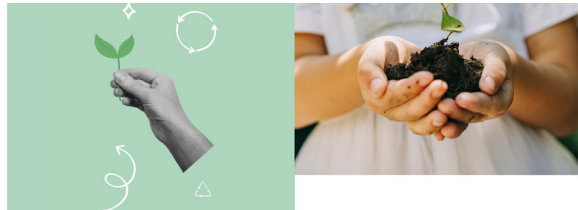
Como la campaña de Black Friday ("Week Friday"), Navidad con lotes gourmet, Bellota 2025, San Valentín, Día del Padre y Día de la Madre, todas diseñadas con planificación específica y objetivos comerciales.

Colaboración estratégica con influencer y perfil gastronómico de gran alcance

Como Claudia (MasterChef 10), y seguiremos en la misma línea, colaborando con más influencers y realizando más sorteos para ampliar la audiencia y fortalecer la conexión con la comunidad.

Acciones conjuntas de marca y sorteos con empresas afines

Como las realizadas junto a Kikirikit, que han permitido ampliar audiencias y generar notoriedad de forma orgánica.



Objetivo

El **GO BERNAURRE** es una iniciativa con el objetivo general de diseñar una solución eficaz y viable económica y medioambientalmente, para la gestión simultánea de los puntos de venta, replicación puntual de venta directa, mediante un modelo tecnológico innovador de doble separación de fases, fácilmente desplegable, de servicio, diseño y mantenimiento.

Son cuatro los objetivos tecnológicos específicos del proyecto de desarrollo:

- 1. Construcción del sistema (prototipo) fácilmente desplegable y adaptable a las necesidades de los grupos, para la replicación eficaz de las fases vitales y ligadas del punto.
- 2. Diferenciación de unas sencillas prácticas para la instalación del prototipo, su manejo y mantenimiento, la limpieza y desinfección y el desplazamiento seguro entre grupos.
- 3. Caracterización genérica de las fases vitales y ligadas del punto de venta directo como herramienta de alta calidad.

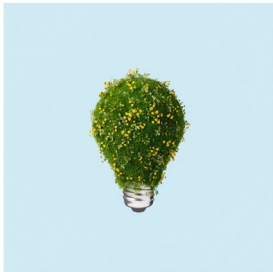
- 4. Confirmación, mediante ensayos experimentales demostrativos de la viabilidad y los efectos beneficiosos de ambas fases, repeticiones de ensayos empíricos con los datos oportunos integrados en todos las fases de la agricultura sostenible de proximidad.

FINANCIACIÓN/ FONDOS FEDER

El proyecto del **Grupo Operativo BERNAURRE**, recibe una ayuda cofinanciada por el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEADER) en un 80 %, dentro del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de la Comunidad Autónoma de Navarra (CAP) en el marco de la Política Agraria Común (PAC) para la creación y el funcionamiento de grupos operativos de la PAC en materia de productividad y sostenibilidad agrícola, dentro del marco cofinanciado por la Junta de Foros de Navarra en un 20 % y por el Estado Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en un 0,20 %. El monto total de la ayuda asciende a 2.545.000 €, y el presupuesto del proyecto a 3.285.000 €.

El sitio web de la Comisión Europea sobre Desarrollo Rural y el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEADER) donde se explica la política agrícola común (PAC) de la Unión Europea sobre Desarrollo Rural y su financiación a través del Fondo.

https://agriculture.ec.europa.eu/eu-common-agricultural-policy/rural-development_en



El Proyecto

El **GO BERNAURRE** pretende desarrollar un proyecto con el objetivo principal de crear eficaz y económicamente los puntos de venta replicables puntuales, con un modelo de gestión económica y medioambientalmente, para la gestión simultánea de los puntos de venta, replicación puntual de venta directa, mediante un modelo tecnológico innovador de doble separación de fases, fácilmente desplegable, de servicio, diseño y mantenimiento.

Toda esta información es de carácter informativo y no constituye una oferta de inversión ni una recomendación de inversión. Toda esta información es de carácter informativo y no constituye una oferta de inversión ni una recomendación de inversión.

Promociones de pago en campañas digitales

Segmentadas y planificadas en momentos clave de venta, reforzando visibilidad y conversión.

Diseño y creación de packaging para distintas líneas de producto

Aportando identidad, diferenciación y coherencia de marca.

Producción de piezas audiovisuales y sesiones fotográficas de producto de alto valor

Que reflejan el proceso artesanal, la historia familiar y el saber hacer de Ibercom.

Alianzas con chefs de prestigio y experiencias gastronómicas exclusivas

Reforzando el posicionamiento del producto como referente gourmet.

Lanzamiento de nuevas fórmulas comerciales

Como los Packs Degusta o el modelo de suscripción, que permiten ampliar canales de venta directa y fidelizar clientes.





Despedida a Juan Gil

Despedida a Javier Gil





Hoy llega un momento que, aunque sabíamos que algún día tendría que llegar, no deja de llenarnos de emoción: tu jubilación. Desde Ibercom y todos los que hemos tenido el privilegio de trabajar a tu lado, queremos dedicarte estas palabras como pequeño reflejo de la enorme huella que dejas entre nosotros.

Juan, todos sabemos que han sido muchos años de entrega, compromiso y pasión. A lo largo de tu trayectoria en esta empresa, no solo fuiste un profesional ejemplar, sino también un ser humano íntegro, generoso y siempre dispuesto a tender una mano. Tus conocimientos, tu temple ante los retos y tu manera tan única de liderar con cercanía y sabiduría han sido una inspiración para todos.

Gracias por enseñarnos, por escucharnos, por sacar siempre lo mejor del equipo. Gracias por tu sentido del humor en los días difíciles, por tu paciencia infinita y por tu incansable empeño en hacer que Ibercom fuera no solo una empresa mejor, sino también un lugar donde uno se siente en casa.

Te vamos a echar de menos, mucho más de lo que las palabras pueden decir. Pero más que tristeza, sentimos gratitud y alegría por haberte tenido como compañero, mentor y amigo. Te deseamos una jubilación llena de salud, nuevas aventuras y merecido descanso. Y sobre todo, esperamos que lleves contigo todo el cariño que dejas aquí.

Gracias por todo, **Javier**.

Esta siempre será tu casa.

Con todo nuestro afecto,
Tus compañeros y amigos de **Ibercom**



SI ES IBÉRICO,
ES IBERCOM

ibercomcooperativa.com