

# MEMORIA EJERCICIO 2024

1. MEMORIA DE ACTIVIDADES
  - A. Antecedentes
  - B. Datos de la Organización Interprofesional Agroalimentaria
  - C. Constitución y composición de la OIA
  - D. Finalidades de la OIA
  - E. Actividades del ejercicio
  - F. Extensión de norma
2. ESTADO DE REPRESENTATIVIDAD AL CIERRE DEL EJERCICIO
3. CUENTAS ANUALES Y LIQUIDACIÓN DEL EJERCICIO
4. PRESUPUESTO 2024
5. OTROS DOCUMENTOS

## 1. MEMORIA DE ACTIVIDADES

### A. Antecedentes

#### A.1. Datos del sector ibérico: Norma de calidad y DOPs

Las producciones de cerdo ibérico están reguladas por el Real Decreto 4/2014, de 10 de enero, los protocolos de inspección y los protocolos de certificación, así como otros acuerdos de la Mesa de la Norma de calidad del ibérico. A estas producciones les aplica igualmente la Orden APA/929/2021, de 31 de agosto.

La evolución de registros en el sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad se refleja en la tabla siguiente:

CERDOS IBÉRICOS RD 4/2014. NORMA DE CALIDAD		
AÑOS	CANALES PESADAS	CANALES APTAS
2019	3.594.500	3.499.687
2020	3.791.740	3.704.928
2021	3.626.141	3.534.312
2022	3.681.563	3.594.686
2023	3.610.104	3.532.460
<b>2024</b>	<b>3.427.987</b>	<b>3.345.887</b>

En los registros anteriores se incluyen los de cerdos amparados por las Denominaciones de Origen Protegidas: Guijuelo, Jabugo, Dehesa de Extremadura y Los Pedroches que, además de cumplir el RD 4/2014, cumplen sus respectivos Pliegos de Condiciones reconocidos por la UE para jamones y paletas de Calidad Diferenciada.

La evolución de registros en el sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad, correspondientes a las Denominaciones de Origen Protegidas se muestra en la tabla siguiente:

CERDOS DOPs		
AÑOS	CANALES PESADAS	CANALES APTAS
2019	92.411	90.752
2020	108.607	107.091
2021	105.672	104.365
2022	117.736	116.652
2023	94.465	116.652
<b>2024</b>	<b>102.687</b>	<b>101.707</b>

CERDOS IBÉRICOS SOLO NORMA DE CALIDAD		
AÑOS	CANALES PESADAS	CANALES APTAS
2019	3.502.089	3.408.935
2020	3.683.133	3.597.837
2021	3.520.469	3.429.947
2022	3.563.827	3.478.034
2023	3.515.639	3.439.710
2024	3.325.300	3.244.180

En el sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad contiene lo registros siguientes:

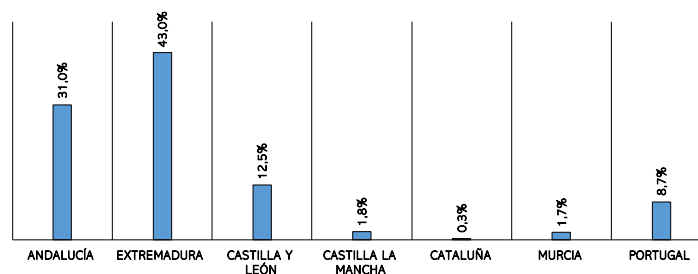
REGISTROS SISTEMA DE TRAZABILIDAD DEL REAL DECRETO 4 /2014

- REGAs: 18.141
- GANADEROS: 13.266
- CENTROS DE SACRIFICIO: 68
- INDUSTRIAS: 1.009



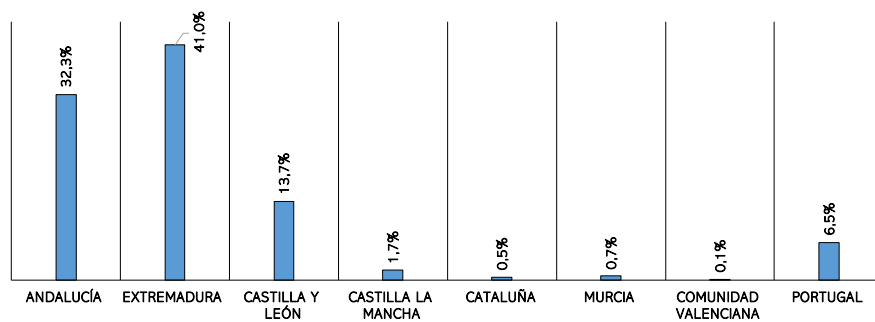
REGAs por Comunidad Autónoma

REGAs RD 4/2014 POR C.A. 18.141



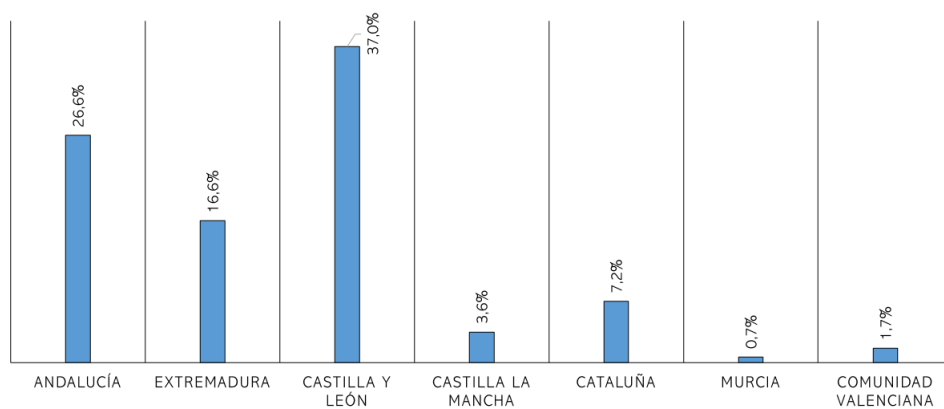
Ganaderos por C.A.

GANADEROS RD 4/2014 POR C.A. **3.266**



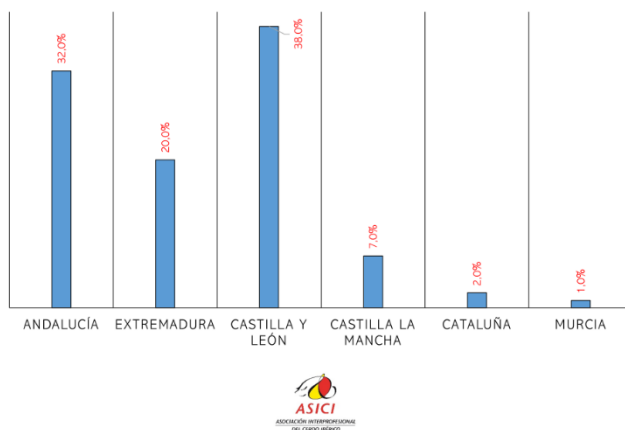
Industrias por C.A.

INDUSTRIAS RD 4/2014 POR C.A.: **1.009**



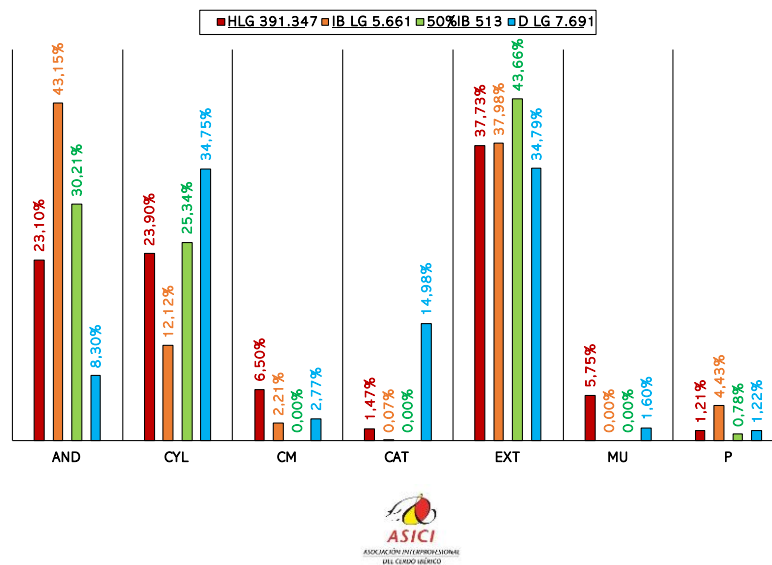
Centros de Sacrificio por C.A.

CENTROS DE SACRIFICIO RD 4/2014 POR C.A.: 68

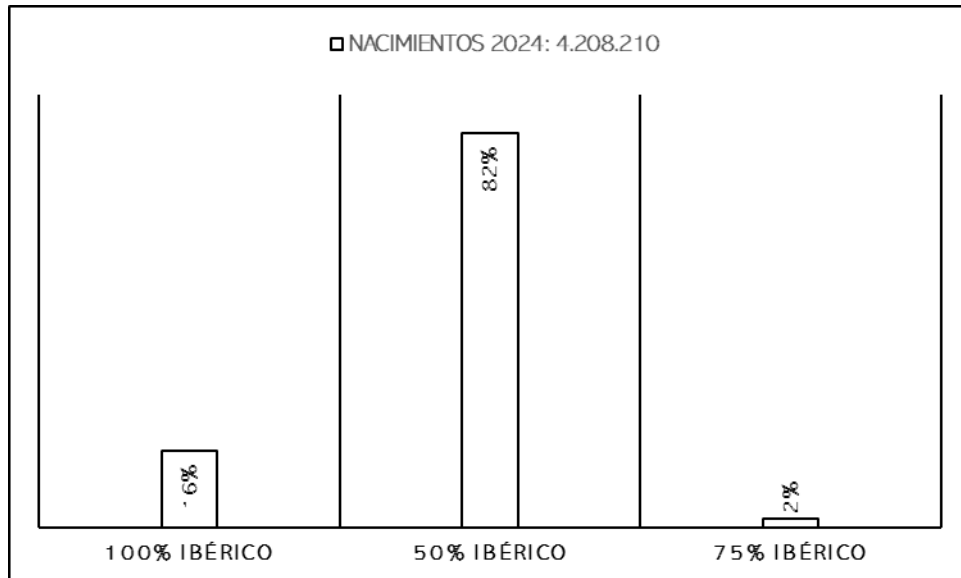


Reproductores de Norma de Calidad por C.A.

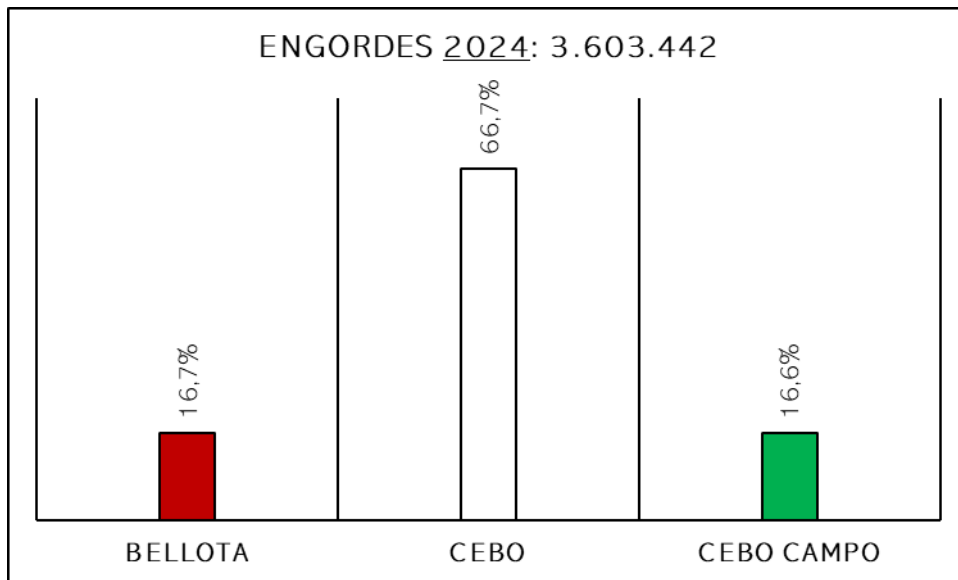
REPRODUCTORES RD 4/2014 POR C.A.

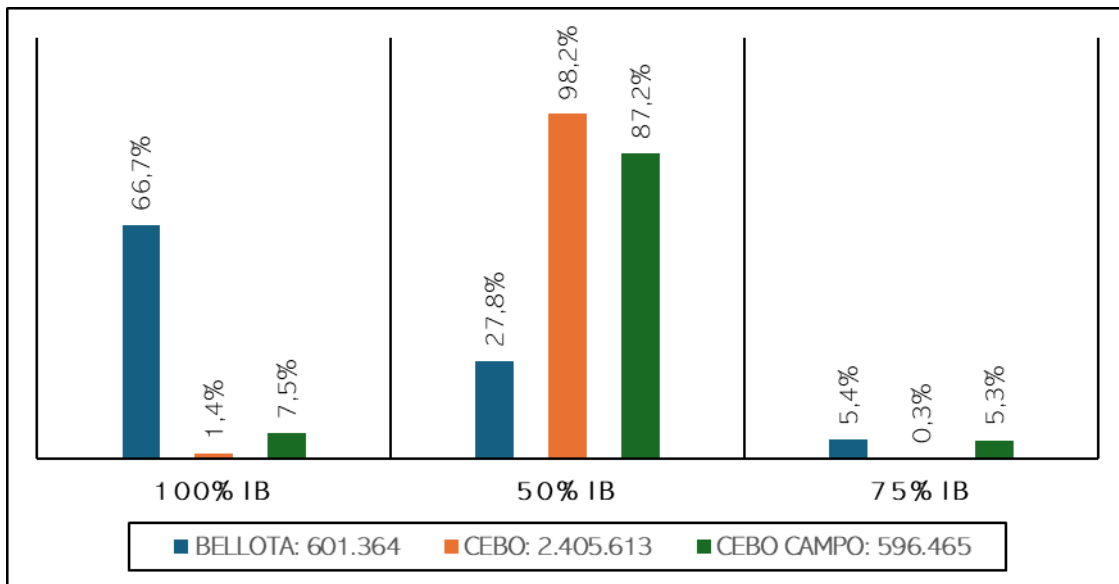


Nacimientos

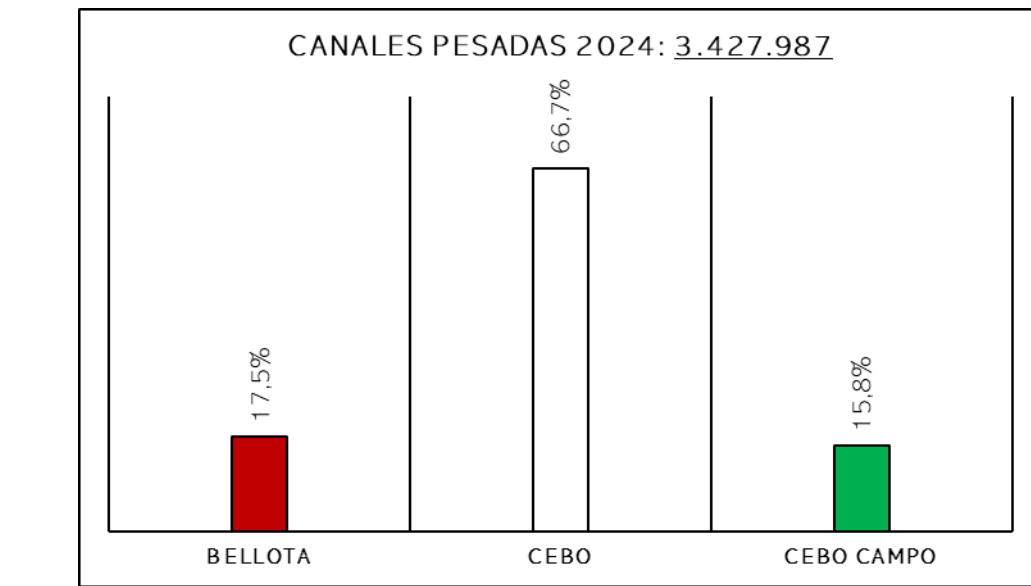


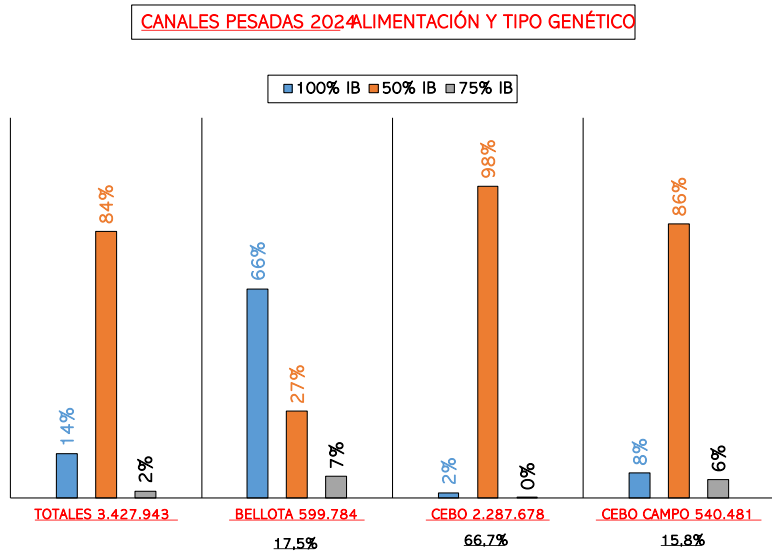
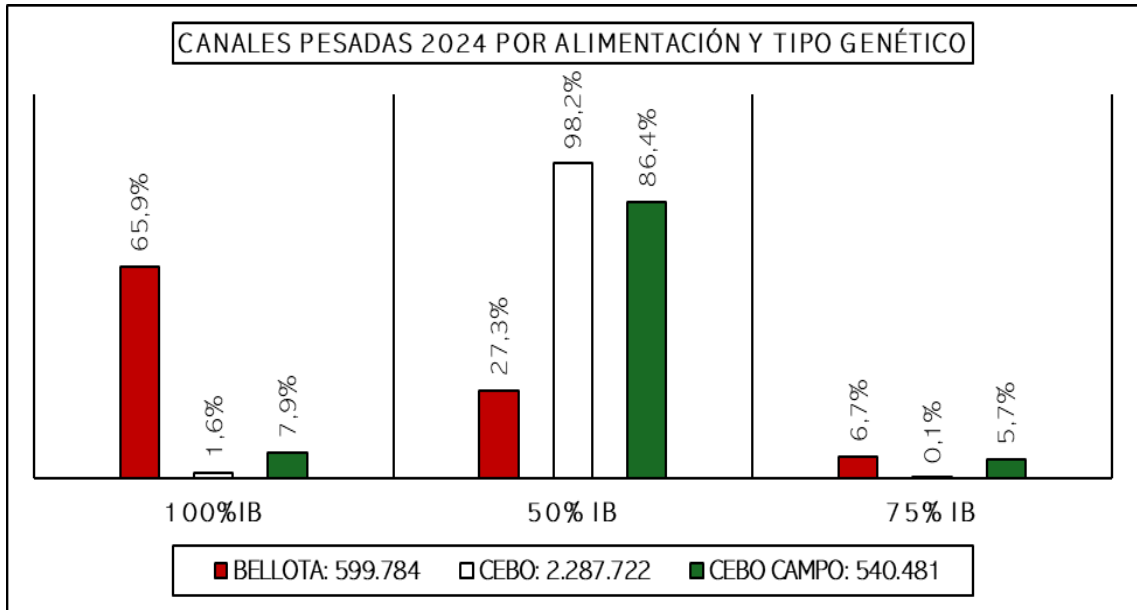
Engordes



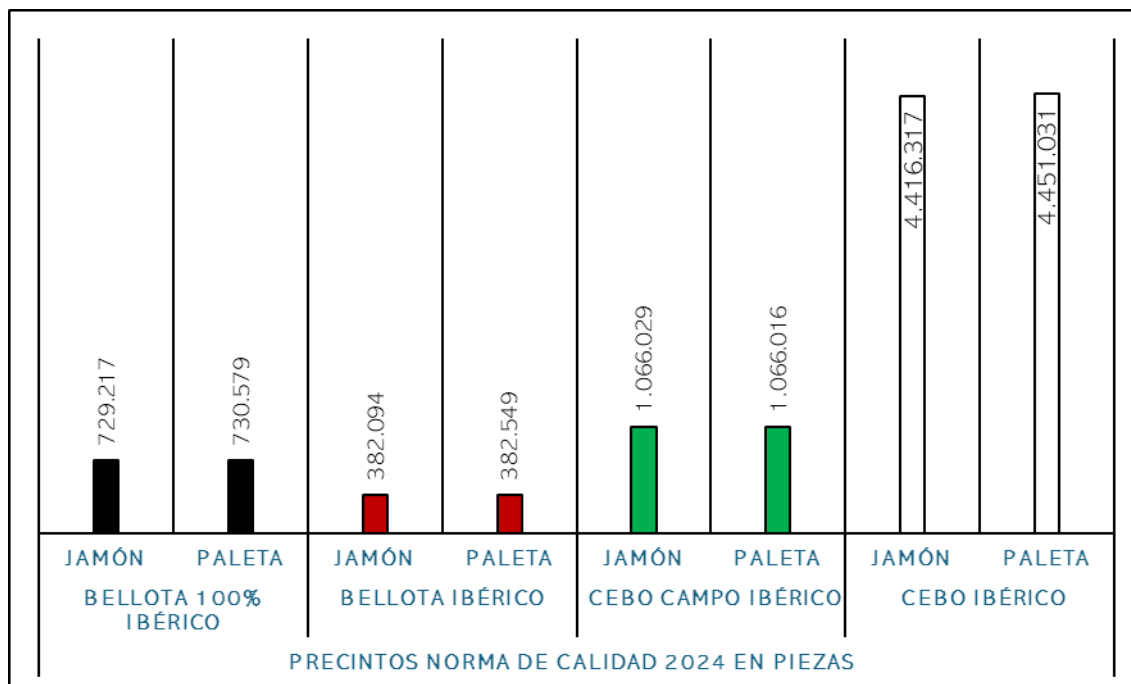


Sacrificios

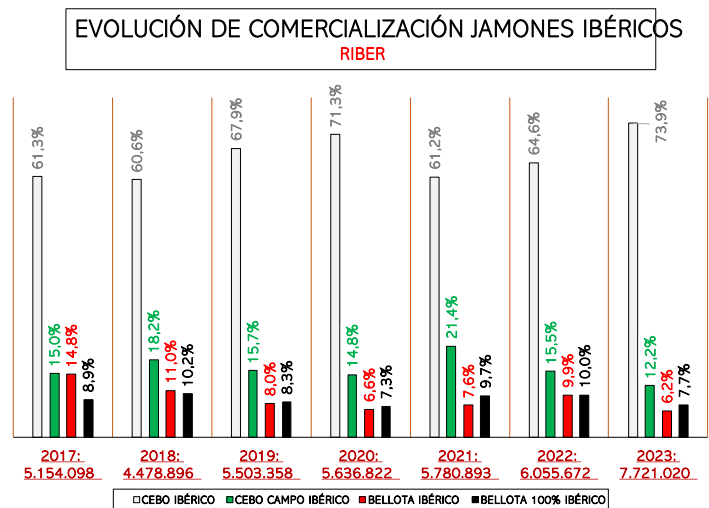




Precintos de Norma de Calidad



Comercialización (Datos RIBER. MAPA. Disponibles a 24/03/2025)



## A.2. Riesgos e incertidumbres

Las incertidumbres geopolíticas, la falta de relevo generacional, las tendencias en el consumo o las nuevas demandas sociales, así como el cambio climático, son desafíos que, sumados, evidencian la necesidad de que el sector transiciones hacia el equilibrio entre la sostenibilidad económica, la social y la medioambiental.

Los cambios en los hábitos de consumo en el mercado interno obligan a expandirnos a mercados exteriores. La volatilidad de los mercados y los posibles conflictos comerciales, son riesgos que el sector debe sortear mediante el mantenimiento de un estatus sanitario impecable y la diversificación de mercados para minimizar amenazas.

Debilidades y problemas que afronta el sector son:

- Cambios de estilo de vida y de formas de compra y consumo: necesidad de desarrollar el uso de producto en la restauración
- Estrategias de comunicación de productos no ibéricos que compiten a precio muy inferior con los productos del Real Decreto 4/2014, generando desinformación y con el riesgo de pérdida de consumidores por migración al consumo de estos productos.
- Problemas en el relevo generacional, principalmente, en la actividad ganadera. Peligra la sostenibilidad económica de la actividad ganadera.
- Información sesgada, sin base científica, que cuestiona los beneficios que aporta el consumo de carnes y productos curados, la producción respetuosa con el bienestar animal y la sostenibilidad medioambiental
- Riesgos para la imagen del sector, por el riesgo de aparición de casos de fraude al consumidor aprovechando el buen nombre, propiedades y precios actuales, que incumplen la normativa vigente comercialización y etiquetado para los productos ibéricos y otras normativas aplicables en los distintos mercados, dañando la imagen del conjunto de la categoría.
- Consecuencias de la falta de mano de obra en las actividades ganaderas, de centros de sacrificio y en las industrias

Y retos que siguen vigentes:

- Seguir promocionando los Jamones Ibéricos de España en los mercados internacionales
- Rejuvenecer el perfil del consumidor, atrayendo a consumidores más jóvenes a la categoría;
- Mejorar la valorización de los productos del cerdo ibérico.
- Conseguir la protección de los productos ibéricos en la Unión Europea mediante una figura de Calidad Diferenciada. IGP.

## A.3. Áreas de trabajo y líneas de acción 2024

En 2024 se desarrollaron trabajos en las áreas:

- Bienestar animal y bioseguridad: Se continuaron los trabajos para que ENAC reconozca B+/IBAW como esquema certificable. Se trabajó con AVIANZA, INTERCUN, INTEROVIC, INTERPORC Y PROVACUNO en la Plataforma de OIAs, y en el Foro Ganadero Cárnico para que "Compromiso Bienestar Animal" B+ sea el esquema común de Certificación en el sector ganadero cárnico.
- Investigación: en la producción industrial, sobre Calidad y Seguridad Alimentaria. Con apoyo de técnicos para esta área de organizaciones sectoriales se desarrollaron trabajos en colaboración con Universidad de Extremadura (UEX) y la Universidad Complutense de Madrid (UCM)
- Promoción e información: de producciones y productos ibéricos en Reino Unido, Japón, China y en España
- Trazabilidad: Mantenimiento del sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad e incorporación de funcionalidades que redundan en la mejora de la usabilidad del sistema, así como en la adaptación para el cumplimiento de los operadores de la normativa vigente. Reforzamiento de las funcionalidades para los operadores industriales en el sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad. En Colaboración con QUOSEI.

- Consumo. Investigación de mercado de los productos curados y las carnes ibéricas, dentro y fuera de los hogares, realizada en colaboración con Kantar.
- Solicitud de protección en la Unión Europea de las producciones y productos del Real Decreto 4/2014 mediante IGPs, para carnes.

#### A.4. Previsiones

Dada la situación geopolítica y socioeconómica mundial, no será fácil el mantenimiento de la producción y la comercialización de los productos ibéricos.

Para el ejercicio 2025 la promoción de los productos ibéricos en mercados internacionales y en España seguirá siendo el eje principal de las acciones de la interprofesional acompañado con los trabajos para obtener la protección del término ibérico en la Unión Europea a través de una Indicación Geográfica Protegida para las carnes de ibérico.

La colaboración con centros de investigación y las Universidades permitirán avanzar en soluciones que minimicen los impactos regulatorios que se vislumbran desde la UE.

El mantenimiento de un estatus sanitario impecable y la diversificación de mercados será la llave para para minimizar amenazas.

En la interprofesional, en 2025, está previsto el relevo en la dirección de ASICI.

#### B. Datos de la Organización Interprofesional Agroalimentaria

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL AGROALIMENTARIA: <u>ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DEL CERDO IBÉRICO</u>					
NIF: G-06177554 Domicilio: Ctra. EX – 101, Km., 4.700 Localidad: Zafra ___ Provincia: Badajoz Código postal: 06300 Teléfono: 924563400 Correo electrónico: <a href="mailto:asici@asici.com">asici@asici.com</a> Página web: <a href="https://www.iberico.com/">https://www.iberico.com/</a>					
Orden Ministerial de reconocimiento de la Organización Interprofesional Agroalimentaria: O.M. de 22 de julio de 1999 BOE Nº: 182 Fecha de reconocimiento: 22 de julio de 1999 Página web (enlace a la Orden Ministerial de reconocimiento): <a href="https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/integracion-asociativa/interprofesionales/directorio/">https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/integracion-asociativa/interprofesionales/directorio/</a>					
Orden Ministerial de extensión de norma de la Organización Interprofesional Agroalimentaria: Orden APA/929/2021, de 31 de agosto_BOE Nº: Núm. 213. Fecha de extensión de norma: lunes 6 de septiembre de 2021_Página web (enlace a la Orden Ministerial de extensión de norma): Orden APA/929/2021					
Presidente			Gerente		
Nombre	Apellidos	Datos de contacto	Nombre	Apellidos	Datos de contacto
Raúl	García Pascual	DNI: 43791239K Teléfono: 924563400 Correo electrónico: <a href="mailto:asici@asici.com">asici@asici.com</a>	Andrés	Paredes Torronteras	DNI: 80.117.541-P Teléfono: 678620473 Correo electrónico: <a href="mailto:asici@asici.com">asici@asici.com</a>

#### C. Constitución y composición de la OIA

Las organizaciones que constituyen actualmente la interprofesional son:

[Rama productora:](#)

AECERIBER, Asociación Española de Criadores de Cerdo Ibérico.

ANPROGAPOR, Asociación Nacional de Productores de Ganado Porcino.

APRIBER, Asociación de Productores de Porcino Ibérico “Dehesas y Sierras”.

ASACRIBER, Asociación de Criadores de Ganado Porcino Selecto de Tronco Ibérico.

ASAJA, Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores.

Asociación de Productores de Cerdo Ibérico de Extremadura.

ARAPORC, Asociación Regional Andaluza de Porcino.

COAG, Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos.

CA, Cooperativas AgroAlimentarias

UPA, Unión de Pequeños Agricultores.

Rama Industrial:

CA, Cooperativas AgroAlimentarias

ANICE-IBERAICE, Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España-Grupo de Ibérico.

Cargos de la Interprofesional:

\*Presidente: D. Raúl García Pascual (Representante de ANICE-IBERAICE)

\*Vicepresidente: D. Antonio Prieto Risco (Representante de UPA)

\*Secretario: D. Manuel Ramos Minero (ANPROGAPOR)

\*Tesorero: D. Carlos Díaz Nafía (Representante de ANICE-IBERAICE)

Los órganos de gobierno:

- o Asamblea
- o Junta Directiva
- o Comisión Permanente

En los estatutos se concreta la composición, funcionamiento y dependencia de los órganos de gobierno.



La Junta Directiva aprobó por unanimidad crear, dependientes de la Comisión Permanente, Grupos de Trabajo para desarrollar acciones relacionadas con los fines de la OIA: investigación, IGP-DOPs, trazabilidad, sostenibilidad, bienestar animal y bioseguridad.

Para llevar a cabo las acciones que se propongan en los diferentes grupos, una vez validadas por la Comisión Permanente y la Junta Directiva, se contratan servicios externos para desarrollar los diferentes proyectos de investigación o estudios.

Para el desarrollo de las actividades de la extensión de norma y de la interprofesional, ASICI dispuso de 17 personas contratadas:

Director gerente

Director técnico

Director de comunicación

Auxiliar de comunicación 2

Auxiliar administración

Responsable de Centros de Sacrificio e Industrias en ITACA. Trazabilidad y Seguimiento y Control

Técnico 1 auxiliar Centros de Sacrificio e Industrias

Técnico 2 auxiliar Centros de Sacrificio e Industrias

Responsable de Explotaciones en ITACA. Trazabilidad. Trazabilidad y Seguimiento y Control

Técnico 2 auxiliar explotaciones

Responsable de reproductores de Norma de Calidad en ITACA. Trazabilidad.

Responsable de Visitas a operadores (explotaciones, centros de sacrificio, industrias y puntos de venta): Trazabilidad y seguimiento y Control del cumplimiento de la orden APA/929/2021

Directora de Calidad y laboratorio

Técnico informático ITACA. Trazabilidad

Contratación de servicios externos

Contabilidad y asesoría contable

Auditor de cuentas

Asesoría Jurídica Extensión de Norma

Asesoría certificación B+/ IBAW, Compromiso bienestar animal

Mantenimiento y mejora del sistema de trazabilidad de los productos ibéricos

Asesoría jurídica para IGP

Asesoría para la puesta en valor de las producciones ganaderos cárnicas.

Banco de datos del porcino ibérico: productividad de granjas

Objetivos y líneas de acción. Áreas de trabajo

Información y promoción

Investigación

Trazabilidad

Bienestar Animal

Los estatutos de ASICI están inscritos en el Registro Nacional de Asociaciones: Sección: 1ª. Número Nacional:628095 desde 23/04/2024.

#### D. Finalidades de la OIA

- Velar por el adecuado funcionamiento de la cadena alimentaria y favorecer unas buenas prácticas en las relaciones entre sus socios en tanto que son partícipes de la cadena de valor.
  - Reuniones de los órganos de gobierno de ASICI
  - Reuniones con las Denominaciones de Origen Protegida de ibérico
- Llevar a cabo actuaciones que permitan mejorar el conocimiento, la eficiencia y la transparencia de los mercados, en especial mediante la puesta en común de información y estudios que resulten de interés para sus socios.
  - Estudio/investigación del consumo de carnes y productos ibéricos en España (hogares y fuera del hogar)
  - Evaluación de los programas de promoción de la UE
- Desarrollar métodos e instrumentos para mejorar la calidad de los productos en todas las fases de la producción, la transformación, la comercialización y la distribución.
  - Bdporc ibérico. Base de datos del porcino ibérico
  - Certificación B+/IBAW
- Promover programas de investigación y desarrollo que impulsen los procesos de innovación en su sector y que mejoren la incorporación de la tecnología, tanto a los procesos productivos como a la competitividad de los sectores implicados.
  - Preparación de informe sobre el envasado de carnes y productos curados loncheados
  - Sostenibilidad en la cadena de valor de los productos ibéricos.
  - BDPorc ibérico.
- Realizar campañas para difundir y promocionar las producciones alimentarias, así como llevar a cabo actuaciones para facilitar una información adecuada a los consumidores sobre las mismas.
  - Programas de promoción e información en China, México y en el Mercado Interior (Alemania, Francia y España) con apoyo de la UE.
  - Puesta en valor del sector ganadero cárnico
- Proporcionar información y llevar a cabo los estudios y acciones necesarias para racionalizar, mejorar y orientar la producción agroalimentaria a las necesidades del mercado y las demandas de los consumidores
  - Comunicación a los operadores del sector sobre las producciones ganaderas e industriales
  - Comunicación semanal a los operadores del sector de los sacrificios y pesos de las canales aptas por alimentación y manejo
  - Comunicación a los operadores del sector sobre la comercialización y el consumo de productos ibéricos
- Contribuir a mejorar la coordinación de los diferentes operadores implicados en los procesos de puesta en el mercado de nuevos productos, en particular, mediante la realización de trabajos de investigación y estudios de mercado.

#### E. Actividades del ejercicio 2024

##### \* Aspectos internos

En el ejercicio no se produjeron altas ni bajas de organizaciones. No hubo solicitudes de alta o de baja.

La Asamblea reunida el 24-04-2024 aprobó por unanimidad las cuentas anuales 2023, su auditoría, el presupuesto para el ejercicio 2024 y el Plan de Acciones para ejercicio.

Durante el ejercicio se produjo cambio en el representante (Vocal) de AECERIBER en la rama ganadera, Saliendo D<sup>a</sup> Anabel Mulero y sustituyéndola D. Pablo Aguirre.

Los acuerdos más relevantes adoptados por la Junta Directiva en el ejercicio 2024 fueron:

- Formulación de cuentas 2023
- Actualización del Convenio Industrias – ASICI
- Actualización del Convenio Centros de Sacrificio - ASICI
- Acciones y presupuesto de la Plataforma de OIAs “Carne y Salud”.

- Adhesión a la Asociación Foro Ganadero Cárnico
- Aprobación de los estatutos del Foro Ganadero Cárnico
- Creación de Grupos de trabajo para la investigación y estudios
- Impulsar una IGP para proteger el uso del término ibérico en los mercados. Contar con la Asesoría Jurídica y Técnica necesaria.
- Adecuar el sistema de trazabilidad de la Norma de Calidad a la Instrucción del Secretario General De Agricultura y Alimentación

\* Aspectos sectoriales

- Promoción: 1.604.045€

- \* Programas UE: China, Japón, Reino Unido
- \* Carne y Salud. Plataforma OIAs. Foro ganadero Cárnico.
- \* Nacional
- \* Meat Attraction
- \* Restaurante ibérico

\* Promoción DOPs : 34.273€

Para las acciones de promoción se cuenta con el personal siguiente: director de Comunicación, 2 auxiliares de Comunicación, auxiliar administrativo y director gerente.

En marzo de 2024 arrancó “Awaken Your Ibérico Sense” con un presupuesto global de 9.369.082€, de ellos 7.495.265,60€ se corresponden a financiación europea y 1.873.816,40€ son fondos propios de ASICI. Con esta campaña pretendemos ir un paso más allá y generar una historia en torno al Jamón Ibérico, creando momentos de consumo Ibéricos. Y es que, desde el punto de vista creativo, estratégico y de comunicación, la clave será la generación de contenidos de valor. Con ellos trataremos de enseñar a nuestro público a disfrutar de experiencias inmersivas que le trasladen al origen, a nuestra cultura, al despertar de los sentidos y a nuestra forma especial de vivir la vida.

El objetivo estratégico es evolucionar y consolidar el Sentido Ibérico, concepto creativo que nos ha proporcionado la capacidad de transitar hacia un entorno más aspiracional y emocional y que, además, nos ha permitido dar un salto cualitativo para ligar el producto a un territorio que conecta con el sabor, el tiempo, la artesanía, la sostenibilidad, el arte y la cultura.

A través de un viaje experiencial, tres embajadores reconocidos en cada uno de los mercados (chef y artistas de diferentes disciplinas artísticas), realizan un viaje al origen para vivir, aprender y descubrir en primera persona el verdadero significado del “El sentido ibérico” y poder así transmitirlo de manera auténtica, con verdad y con pasión en sus mercados. A través de un cuidado storytelling, asociaremos el mundo del Jamón Ibérico con la idea de despertar pasiones y sentir el producto en toda su esencia. Queremos que este viaje no solo acerque la cultura que lo rodea, sino que también emocione y conecte con quienes lo descubren, transmitiendo toda la riqueza y autenticidad que lo hace único. Un recorrido que se materializará en algo icónico, inolvidable y prestigioso: El Gran Libro del Sentido Ibérico. Un libro que recoge la maestría de las recetas y creaciones originales de nuestros artistas y chef inspiradas en el Jamón Ibérico.



Terminando con una ceremonia de cierre apoyada en una exposición itinerante en Londres, Tokio y Shanghai que mostrará las obras realizadas por los artistas que nos han acompañado en este viaje experiencial. Una acción de RRPP sin precedentes, transmedia y multicanal, que conectará con el público local en cada mercado.

*Este viaje experiencial de tres años creará sinergias en el entorno digital, un espacio en el que generar y compartir las historias y actividades que giran en torno a nuestra campaña global, creando comunidad alrededor del Jamón Ibérico, una comunidad que será partícipe de ese viaje culinario y cultural. Además, esta estrategia de branded convivirá con un sinfín de actividades promocionales: participamos en ferias internacionales de prestigio como Specialty Fine Food en Londres, Foodex en Japón y CIFE o Sial en China, además de organizar catas y semanas gastronómicas exclusivas que acercan el jamón ibérico a profesionales y consumidores. Formamos a chefs, importadores y distribuidores para convertirlos en embajadores del producto, mientras colaboramos con líderes de opinión, medios de comunicación y desarrollamos estrategias de marketing digital en plataformas locales, consolidando así al Jamón Ibérico como un referente de excelencia en estos mercados clave.*



- Somos muy Ibéricos. Activación de los perfiles nacionales de ASICI y rebranding de la imagen en Instagram, Facebook y Twitter, con el objetivo de fomentar el orgullo de ser Ibérico y volver a despertar y crear una comunidad activa en torno a los productos Ibéricos. De este modo, estructuramos todo nuestro ecosistema social al separar los perfiles sociales nacionales de los que venimos trabajando en las campañas internacionales, adaptando estrategias y contenidos al perfil objetivo.



**SOMOS**  
*Muy*  
**IBÉRICOS**



y propuestas de valor como producto español.

- Convenio Formación con ICEX: ambas instituciones promueven un programa de formación de cortadores profesionales de Jamón Ibérico en todo el mundo que impulse la visibilidad y el consumo a través de la promoción de la figura del cortador, y permita poner en valor su calidad e incrementar su conocimiento diferencial y el de sus atributos, características

En el marco de este convenio y en este año de extensión se han promovido cursos en Sevilla, París, Berlín, Ciudad de México (2 formaciones), Shanghai Pekín, Hong Kong y Shenzhen. Todos se han ejecutado dentro de las acciones previstas en las campañas europeas y han contado con la colaboración de ICEX y su plataforma de Restaurants From Spain.

- Llamémosle Ibérico. Una vez finalizado el programa europeo Ambassadors World Project, que incluía a España como uno de los países objetivo del proyecto, ASICI apostó por impulsar una campaña en exclusiva para el mercado nacional. La clave de esta campaña es sencilla. En este país, el apellido importa. Y mucho. Así que, si hablamos de Jamón, LLAMÉMOSLE IBÉRICO.





- o Reforzar la diferenciación de los productos Ibéricos de cara a la campaña de Navidad con la Idea creativa: la importancia del apellido "Ibérico". Ahí está el toque, la diferencia, ...

- o La estrategia de la campaña integra un plan de medios en prensa digital, tv conectada, soportes exteriores en puntos de venta (muppis y alarmas), plan de medios sectoriales y una importante campaña en redes sociales.

- o Se alcanzaron 44,5 millones de impresiones totales, destacando la publicidad exterior en puntos de venta con más de 23 millones de impresiones, los 9 millones conseguidos en prensa digital y revistas, y los 10,4 millones de impresiones en redes sociales, con un CTR del 1,54% y 877.552 interacciones en total. Datos que muestran la gran visibilidad que ha tenido el mensaje.

- Festival Internacional de Cine de San Sebastián. Patrocinadores oficiales de uno de los eventos culturales más importantes del mundo. Dentro de las prestaciones incluidas en el acuerdo se encuentra la personalización del espacio VIP con el claim "Somos Muy Ibéricos", banderolas publicitarias repartidas por la ciudad, Welcome Pack para artistas, presencia logotipo de campaña en múltiples soportes, proyección spot, acción de RRPP con celebrity, ...



- Slices of Happiness (Miami). Campaña lanzada junto a Interporc para fomentar el conocimiento y el consumo de Jamón español en USA. Coincidiendo con la feria agroalimentaria Americas Food & Beverage se impulsaron una serie de iniciativas:

- o Showcooking en directo y degustaciones de producto, en colaboración con ICEX y la campaña #Spainfoodnation
- o Masterclass de corte para profesionales americanos.
- o Evento para medios de comunicación, influencers, distribuidores, importadores y autoridades locales.



- Estudio de Mercado y de Opinión del Jamón Ibérico en Francia, Alemania y España. Realizado por IPSOS para analizar el conocimiento, la percepción y los hábitos de consumo en torno al Jamón Ibérico en estos tres países, revelando su asociación necesaria con la cultura española y el incremento del conocimiento en torno al producto en Alemania y Francia.

- o Presentación de resultados. Evento mediático de presentación de los resultados del estudio que "demuestra la gran potencialidad que tiene el Jamón Ibérico, tanto a nivel nacional como internacional". Un potencial que "queda resumido en la diferenciación del producto en torno al sabor, la calidad, el origen, la vinculación con la

cultura española y el placer como grandes bases para aumentar la presencia del producto en los mercados internacionales".

- Un país de Casquería. Campaña para promover que el Día Mundial de la Casquería sea el 30 de octubre, una iniciativa que viene avalada por las interprofesionales del sector cárnico -Asici, Avianza, Interovic, Interporc y Provacuno-, y cuenta con el respaldo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el marco de la estrategia "Alimentos de España".



Para presentar el Día Mundial de la Casquería se realizó una cena de prensa en el templo de la casquería, el restaurante La Tasquería. Además, se realizó una campaña digital en redes sociales y, con el apoyo del MAPA, se realizó una campaña de publicidad exterior en mercados, branded content en revistas gastronómicas, publicidad display y campaña digital en redes sociales.

- XII Congreso Mundial del Jamón Curado en Zafra. Patrocinadores y co-organizadores del Congreso celebrado en Zafra, donde los expertos han dado respuesta a los distintos retos y desafíos de la industria jamonera, planteando posibles soluciones en los distintos bloques que conformarán el programa del encuentro. ASICI promovió varias presentaciones vinculadas con algunos de los estudios realizados y de los objetivos en los que trabaja:
  - o "Evaluación de la calidad del proceso de curación del jamón ibérico mediante CG-IMS con muestreo no destructivo"
  - o "Sostenibilidad medioambiental - estrategia de sostenibilidad en el sector del ibérico"
  - o Mesa redonda: "Oportunidades - Otras formas de vender jamón en el mundo"

Además, se realizó una acción social: "El Jamón más Solidario".

- Feria Internacional Ganadera de Zafra. ASICI cuenta por primera vez con espacio exclusivo dentro del recinto ferial convertirlo en un punto de encuentro sectorial y sede las actividades impulsadas por la Interprofesional en el marco de la feria.
  - o Presentación de campaña promocional.
  - o Visita Institucional.
  - o Jornada Porcino. Vino de honor.
  - o Degustación diaria de productos Ibéricos.
  - o Show de corte en directo.

Además, como en anteriores ediciones, ASICI coorganiza la jornada profesional "Retos y Oportunidades del sector porcino" en el marco de la FIG 2024 de Zafra.

- Premios Fugaz: Patrocinadores de la VIII Gala de los Premios Fugaz a los mejores cortometrajes. Lo Ibérico es de cine y nuestro cine es Ibérico. Más de 1.000 asistentes disfrutaron del Jamón Ibérico en una gala "fugaz".

- Porc D'or Ibérico. VIII gala celebrada en Córdoba para reconocer la excelencia de la producción porcina Ibérica y es organizada por el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA), con el apoyo de ASICI y el MAPA, entre otras organizaciones.
- Día de la Hispanidad. Evento de promoción, visibilidad y degustación del Jamón Ibérico celebrado en las Embajadas España de París y Pekín.
- Taste of Europe (Washington). Jornada de exposición y degustación de los mejores productos agroalimentarios europeos ante congresistas americanos, entre ellos se encontraba el Jamón Ibérico. Actividad realizada con el apoyo de ICEX
- Otras actividades puntuales:
  - o "Mas vale tarde". Participación en el programa de la Sexta para hablar sobre el Jamón Ibérico y sus propiedades.
  - o Premios Q.com a la mejor campaña de promoción internacional a "Despierta tu Sentido Ibérico"
  - o V Encuentro Nacional del Ibérico (Jabugo). Ponencia de ASICI titulada 'Experiencias en el comercio exterior'.
- Campaña DOPs. Promoción realizada de manera independiente por cada una de las Denominaciones de Origen de Jabugo y Los Pedroches de cara a la campaña navideña de 2024.

- *Investigación: 137.793 €*

\* Consumo (Kantar Worldpanel) "Investigación de mercado del consumo en hogares de productos ibéricos"  
Inversión: 51.234€

Análisis del mercado de Productos Ibéricos a nivel nacional y sus principales Regiones, Segmentos, Tipos de Corte, Formatos de Venta, Canales y Cadenas de Distribución, con el objetivo de identificar las oportunidades y vías de crecimiento que presentan el mercado para las industrias de productos ibéricos., Carnes y Curados. Evolución por formato, Comunidad Autónoma y Cadena

\* Seguridad Alimentaria (U.Extremadura): Selección e implantación de mohos como cultivos protectores en industrias de jamón ibérico"

*Inversión: 50.500€*

*Obtener mohos de jamones ibéricos ,beneficiosos para la calidad y la curación, en las industrias e inocularlos en diferentes fases del proceso para que compitan con el crecimiento de OTA A.*

1. *Seleccionar mohos no toxigénicos de industrias de jamón ibérico.*
2. *Evaluar la implantación de los mohos seleccionados en las industrias de jamón ibérico y eficacia en el control de ocratoxina A (OTA).*
3. *Evaluar la actividad proteolítica y lipolítica de los mohos seleccionados y su efecto en formación de compuestos volátiles y características sensoriales de los jamones inoculados.*

\* Seguridad Alimentaria (U. Complutense de Madrid): Reducción de sales Nitrificantes

Para las acciones de este objetivo se dispone de la participación del personal siguiente: directora de laboratorio Calidad, director técnico, 1 técnico de "Campo" para toma de muestras y director gerente

- *Trazabilidad: 447.182 Mantenimiento del sistema y nuevas funcionalidades*

Para las acciones de este objetivo se dispone de la participación del personal siguiente: director técnico, 1 técnico de "Campo" para visitas a explotaciones, centros de sacrificio, industrias y puntos de venta.; 7 técnicos para la gestión de expedientes de la rama ganadera, centros de sacrificios e industrias. Con la supervisión del director gerente.

- Convenios de Colaboración

\* CSIC – INIA. 20.000€

\* Institut de Recerca i Tecnologia Alimentàries (IRTA): “Banco de datos de Referencia del porcino Ibérico Español”.  
6.300€.

F. Extensión de norma. APA/929/2021, de 31 de agosto

F.1. Estado de situación al cierre del tercer ejercicio de extensión de norma. noviembre 2023 – octubre 2024

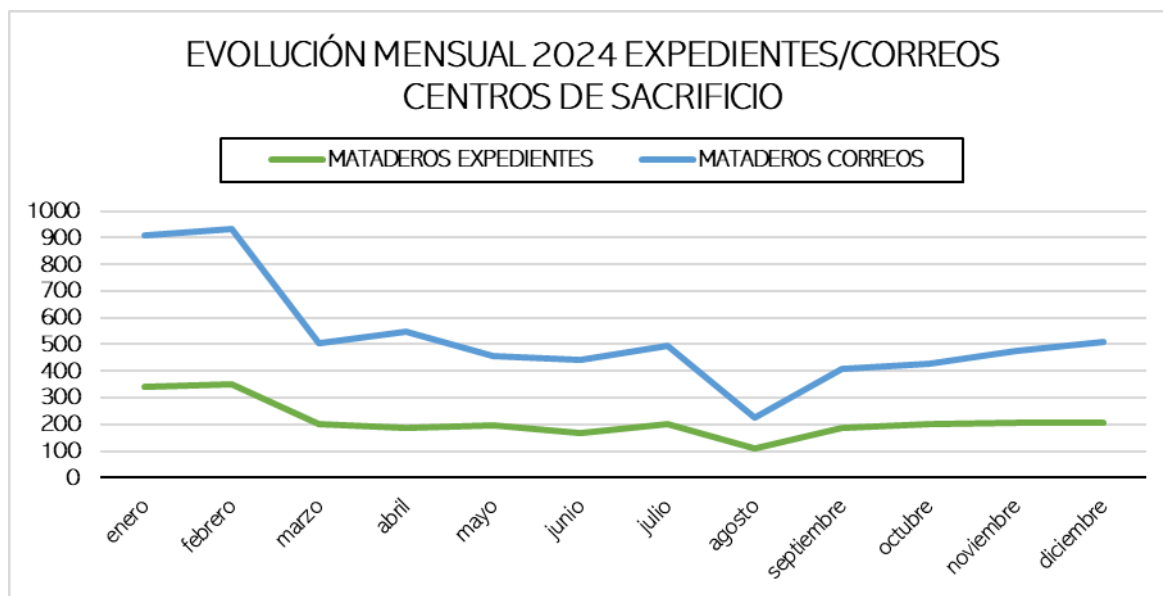
APA/929/2021. AÑO 3. NOV 23- OCT 24	CANALES SACRIFICADAS	CANALES APTAS	FACTURACIÓN			DESTINO				
			TRAMO I	TRAMO II	TOTAL	PROMOCIÓN	ITACA	I+D+I	CyS	
<u>PREVISIÓN</u>	3.500.000	3.412.500	1.540.000 €	530.000 €	2.070.000 €	1.248.940 €	464.810 €	215.600 €	140.650 €	
<u>REAL. NOV 23 - oct 24*</u>	3.424.261	3.340.005	1.506.675 €	528.720 €	2.035.395 €	1.221.913 €	463.688 €	210.934 €	138.860 €	
			GASTOS							
			1.789.897 €	485.319 €	2.303.898 €	1.604.045 €	447.182 €	137.793 €	114.879 €	
			REMANENTE			-268.503 €	-382.132 €	16.506 €	73.142 €	23.981 €

F.2. Seguimiento y Control del cumplimiento de la orden APA/929/2021 de 31 de agosto

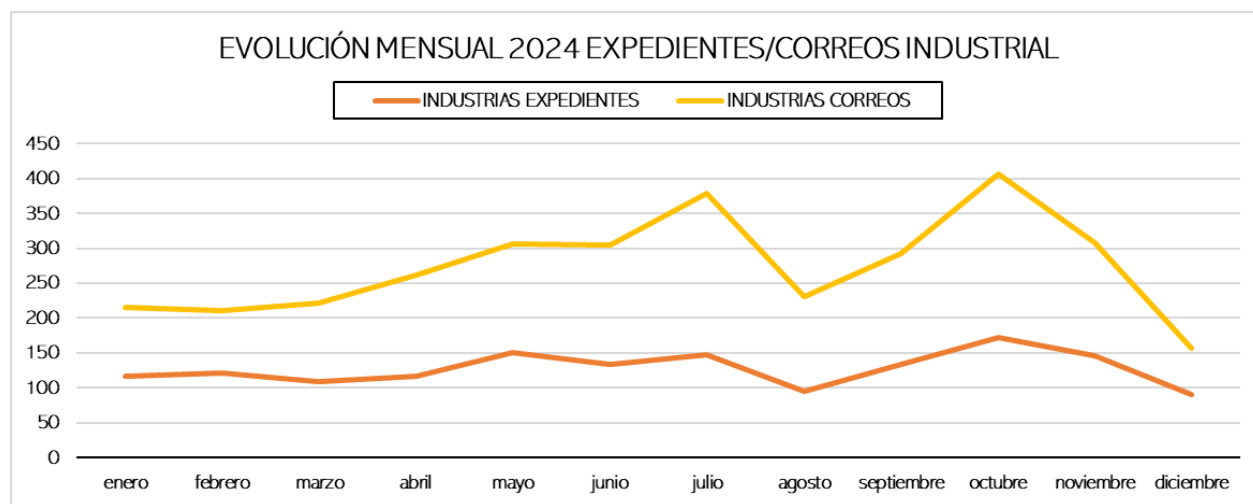
F.2.A. ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS



En el ejercicio 2024, en el área de ganadería, se gestionaron 3.220 expedientes, que generaron 6.777 correos electrónicos para atender las solicitudes de los operadores ganaderos. Se resolvieron el 98,05 y se rechazaron el 0,3%.

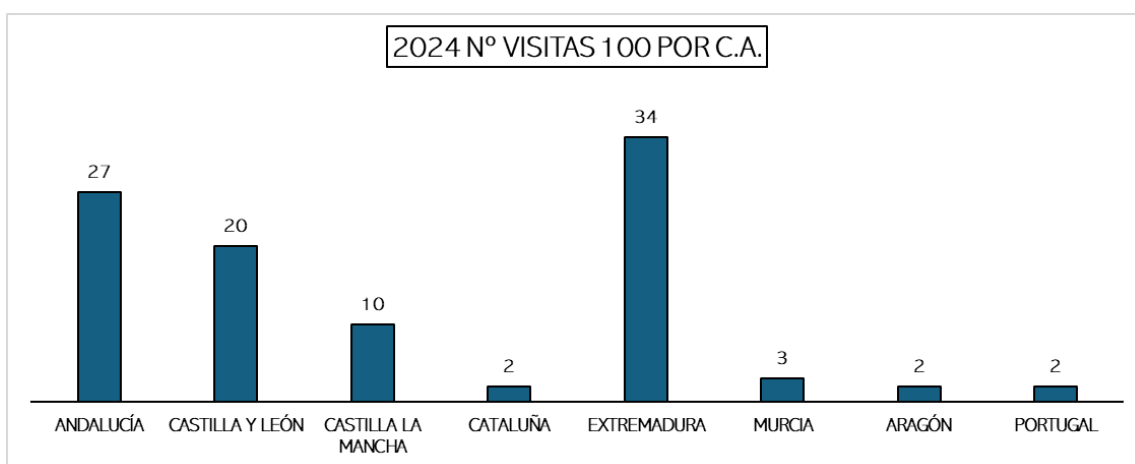
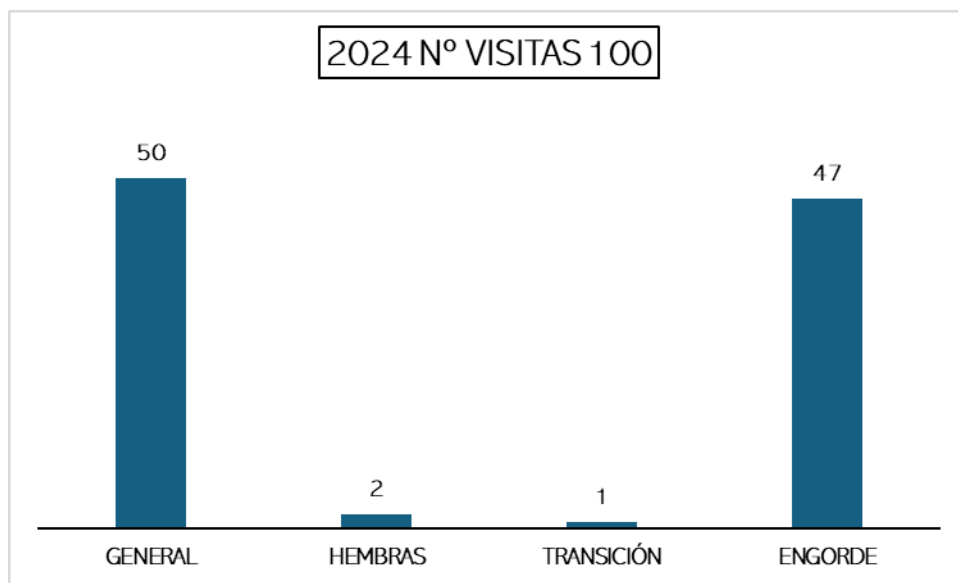


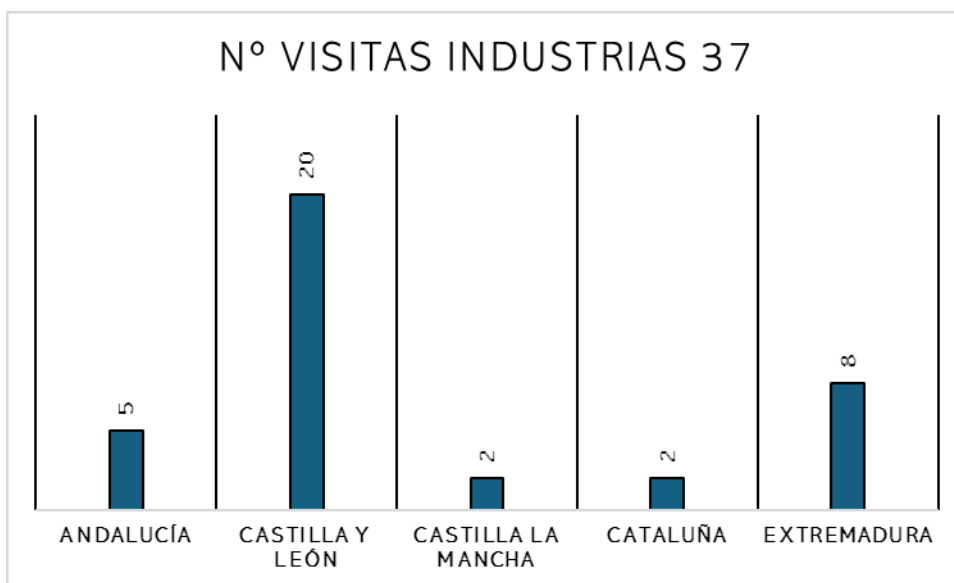
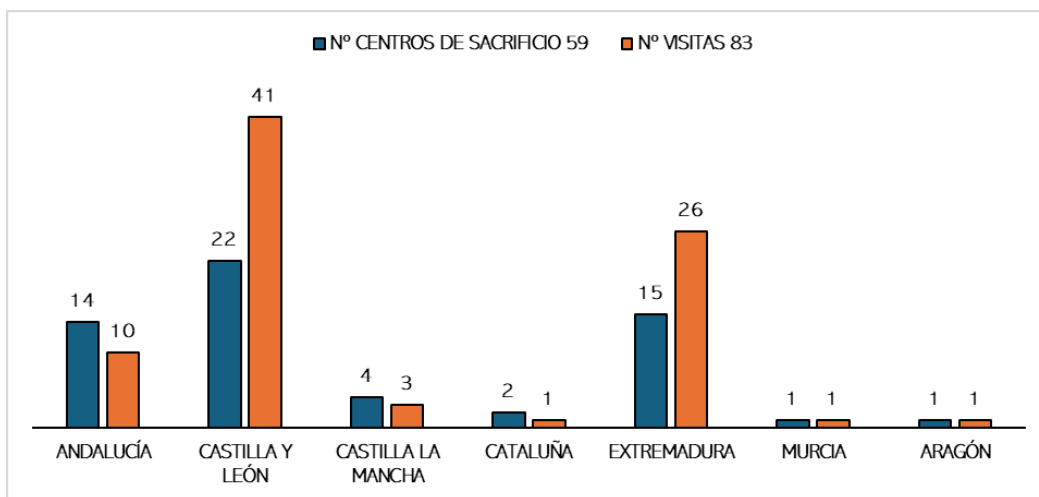
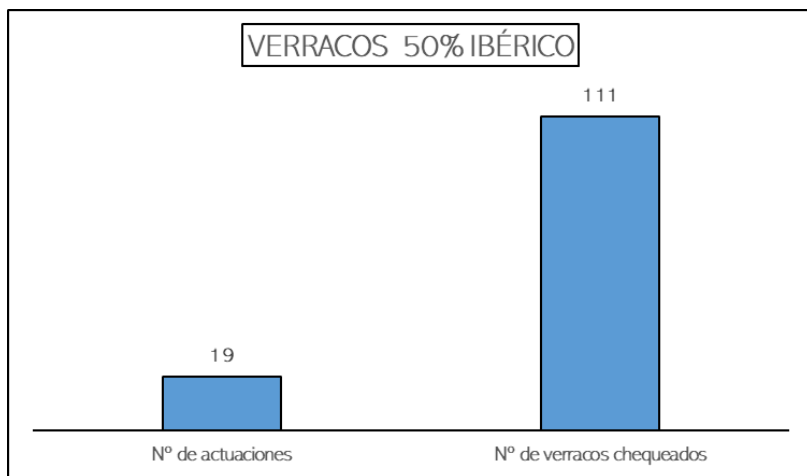
En el área centros de sacrificio, se gestionaron 2.2258 expedientes, que generaron 6.329 correos electrónicos para atender las solicitudes de los centros de sacrificio. Se resolvieron el 99,14 y se rechazaron el 0,23%.

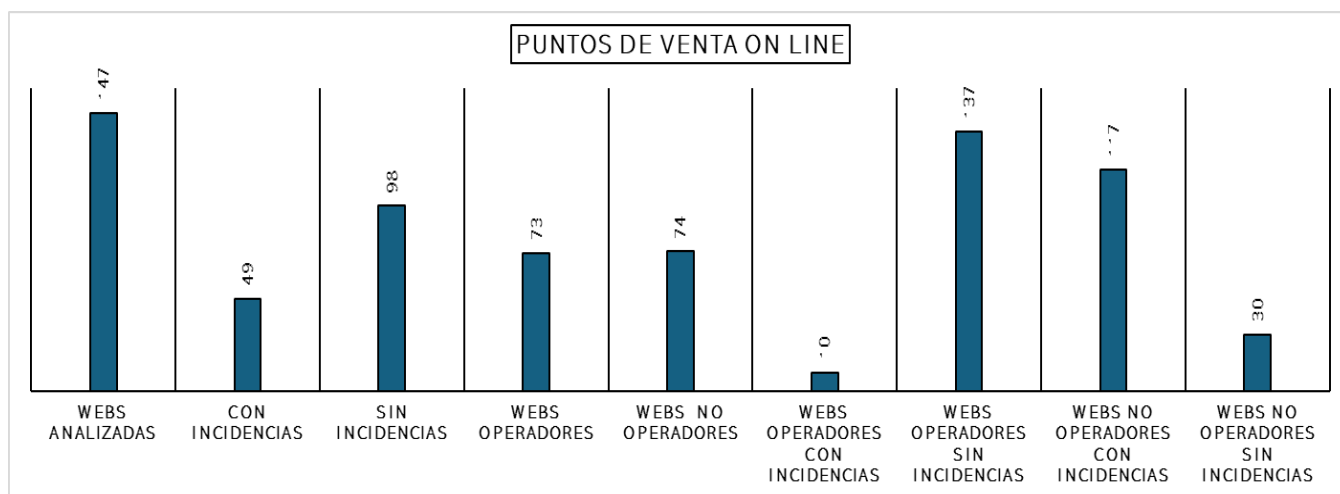
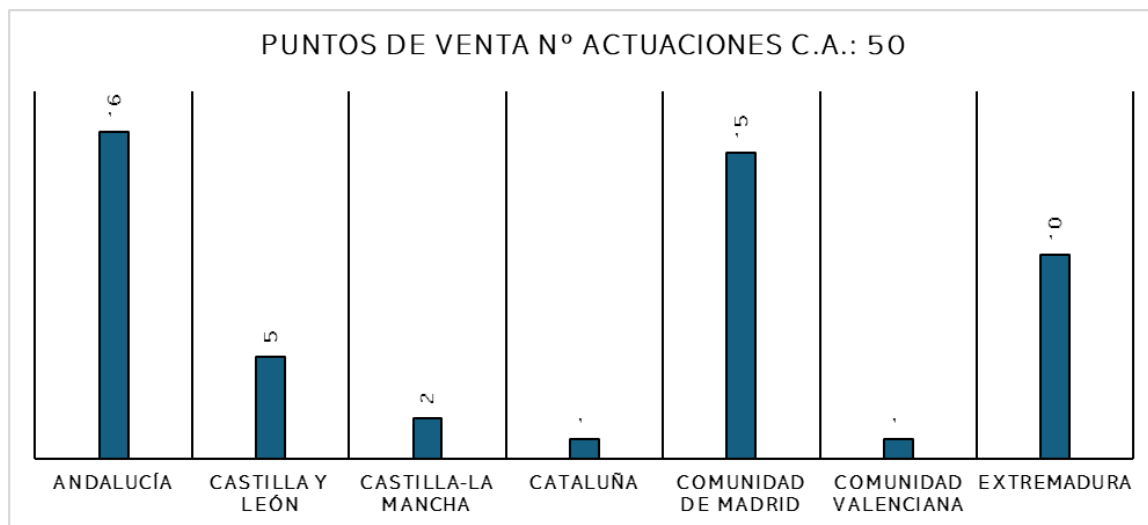


En el área industria, se gestionaron 1.530 expedientes, que generaron 3.290 correos electrónicos para atender las solicitudes de los operadores industria. Se resolvieron el 98,85% y se rechazaron el 0,12%.

F.2.B. ACTUACIONES EN GRANJAS, CENTROS DE SACRIFICIO, INDUSTRIAS Y PUNTOS DE VENTA







### F.3. Reuniones celebradas 2024

Las reuniones celebradas de los órganos de gobierno de la interprofesional fueron:

#### DE ASAMBLEA

Asamblea General Ordinaria 17-04-2024

#### DE JUNTA DIRECTIVA

240207  
240306  
240417  
240705  
241212

## DE LA COMISIÓN PERMANENTE

240207  
240408  
241120

En todas las reuniones se abordaron asuntos relacionados con los objetivos de la orden APA/929/2021, de 31 de agosto y la protección del término ibérico en la UE mediante una IGP

## 2. ESTADO DE REPRESENTATIVIDAD

A 31/12/2024, la implantación de ASICI en el sector es del 90% en base al baremo establecido estatutariamente.

- Más del 90% de los animales a sacrificio con Informe REA, producción ganadera de ibérico, procede de operadores asociados a organizaciones integrantes.
- Más del 90% de las canales aptas para productos ibéricos, elaboración y comercialización, se concentra en operadores asociados a organizaciones integrantes.

Las organizaciones integrantes de la interprofesional, en base al baremo acordado, representan en el sector los porcentajes que se indican en la tabla siguiente:

Implantación Interprofesional							
ASICI							
Rama Producción				Rama Transformación/ Comercialización			
Integrante	Representatividad dentro de la rama	% Voto	Representatividad dentro del sector	Integrante	Representatividad dentro de la rama	% Voto	Representatividad dentro del sector
AECERIBER	12,22	12	11	ANICE - IBERAICE	88,88	89	80
ANPROGRAPOR	12,22	12	11	COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS	11,12	11	10
APRIBER	6,67	6,7	6				
ASACRIBER	6,67	6,7	6				
ASAJA	12,22	12	11				
Asoc. de Productores de Cerdo Ibérico de Extremadura	6,67	6,7	6				
ARAPORC	6,67	6,7	6				
COAG	12,22	12	11				
COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS	12,22	12	11				
UPA	12,22	12	11				
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>90</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>90</b>

### 3. CUENTAS ANUALES Y LIQUIDACIÓN EJERCICIO 2024

<i><b>BALANCE DE SITUACIÓN (ABREVIADO)</b></i>	<i><b>EJERCICIO 2024</b></i>	<i><b>EJERCICIO 2023</b></i>
<b>ACTIVO</b>		
<b>A. ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>38.556,75</b>	<b>78.086,67</b>
A.I. INMOVILIZADO INTANGIBLE	6.950,25	29.944,86
A.II. INMOVILIZADO MATERIAL	30.444,80	46.226,20
A.V. INVERSIONES FINANCIARIAS S LARGO	1.161,70	1.915,61
<b>B. ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>4.501.171,23</b>	<b>5.106.856,02</b>
<b>B.III. DEUDORES COMERC Y OTRAS CUENTAS A COBRAR</b>	<b>2.916.744,02</b>	<b>2.476.188,51</b>
1. CLIENTES POR VENTAS Y PREST SERVICIOS	517.382,47	497.273,28
b) Acorto Plazo	517.382,47	497.273,28
6. OTROS CRÉDITOS DON LAS ADM. PÚBLICAS	2.399.361,55	1.978.915,23
<b>B.VII. EFECTIVO Y OTROS ACT LIQ.</b>	<b>1.584.427,21</b>	<b>2.630.667,51</b>
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>4.539.727,98</b>	<b>5.184.942,69</b>
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		
<b>A. PATRIMONIO NETO</b>	<b>2.699.221,05</b>	<b>3.209.996,42</b>
<b>A.1. FONDOS PROPIOS</b>	<b>1.200.167,94</b>	<b>1.462.915,96</b>
V. RESULTADOS EJERCICIO ENTERIORES	1.461.633,45	1.622.136,85
VII. RESULTADO DEL EJERCICIO	-261.465,51	-159.220,89
<b>A.3. SUBVENCIONES, DONACIONES RECIB</b>	<b>1.499.053,11</b>	<b>1.747.080,46</b>
<b>B. PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>233.950,13</b>	<b>323.516,16</b>
<b>II. DEUDAS A LARGO</b>	<b>233.950,13</b>	<b>323.516,16</b>
1. DEUDAS CON ENTID CREDITO	233.950,13	323.516,16
<b>C. PASIVO CORRIENTE</b>	<b>1.606.556,80</b>	<b>1.651.429,81</b>
<b>III. DEUDAS A CORTO PLAZO</b>	<b>93.696,83</b>	<b>90.890,23</b>
1. DEUDAS CON ENTID CRÉDITO	93.696,83	89.535,03
3. OTRAS DEUDAS A CORTO PLAZO	0,00	1.355,20
<b>V. ACREEDORES COMERC Y OTRAS CUENTAS A PAGAR</b>	<b>1.512.859,97</b>	<b>1.560.539,58</b>
1. PROVEEDORES	1.956,99	709,29
b) PROVEEDORES A CORTO PLAZO	1956,99	709,29
3. ACREEDORES VARIOS	1.510.902,98	1.559.830,29
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+C)</b>	<b>4.539.727,98</b>	<b>5.184.942,39</b>

<u>CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ABREVIADA</u>	<u>EJERCICIO 2024</u>	<u>EJERCICIO 2023</u>
1. Importe neto de la cifra de negocio	2.150.179,31	2.255.472,00
4. Aprovisionamientos	-12.188,01	-9.039,46
5. Otros ingresos de explotación	3.179.958,89	3.090.255,09
6. Gastos de personal	-710.384,91	-743.054,88
7. Otros gastos de explotación	-4.760.710,18	-4.685.107,86
8. Amortización del inmovilizado	-42.243,64	-50.331,68
9. Imput Subv de inmov no financ y otras	750,02	1.498,22
13.Otros resultados	-65.193,22	-8.299,42
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN(1+4+5+6+7+8+9+13)	-259.831,74	-148.607,99
14. Ingresos financieros	11.958,84	1.047,17
b. otros ingresos financieros	11.958,84	1.047,17
15. Gastos financieros	-9.275,39	-11.583,93
B) RESULTADO FINANCIERO (15)	2.683,45	-10.536,76
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A +B)	-257.148,29	-159.144,75
20. Impuesto sobre beneficios	-4.317,22	-76,14
A.5. RESULTADOS DEL EJERCICIO (A.4 +18)	-261.465,51	-159.220,89

El resultado por actividad se resume en la tabla siguiente:

	ACTIVIDAD	
	EXTENSIÓN DE NORMA (exenta)	INTERPROFESIONAL (Laboratorio-Mercantil)
INGRESOS	5.247.638	104.809
GASTOS	5.522.055	91.857
RESULTADO	<b>-274.417</b>	12.952

## LIQUIDACIÓN EJERCICIO 2024

CONCEPTOS	PRESUPUESTO DE INGRESOS (ejercicio 2.024)		
	PRESUPUESTO	REALIZADO	DIFERENCIA
<b>1. PRESTACIONES DE SERVICIOS</b>	<b>2.200.000</b>	<b>2.150.179</b>	<b>-49.821</b>
- Ingresos laboratorio y precintos	100.000	99.156	-844
- Extensión de norma	2.100.000	2.041.681	-58.319
- Incidencias informaticas	0	1.065	1.065
- Partic. Stand Specility	0	5.000	5.000
- Serv. Interpretación video	0	1.950	1.950
- Org. Jornadas Sector Fig 2	0	1.327	1.327
<b>2. SUBVENCIONES</b>	<b>3.162.114</b>	<b>3.180.709</b>	<b>18.595</b>
- Subvención UE Promoción Mercado Interior	482.045	399.610	-82.435
_ Subvención UE Promoción Tercer País. CHINA	1.734.163	1.505.378	-228.785
_ Subvención UE Promoción Tercer País. MÉXICO	271.173	286.556	15.383
_ Subvención UE Promoción Tercer País JAPON	278.755	416.984	138.229
_ Subvención UE Promoción Tercer País R. UNIDO	395.228	569.872	174.644
- Subvencion formacion, bonificacion gasoil y otras	0	1.558	1.558
- Subvenciones de capital transferidas al rdo.del ejercicio	750	750	0
<b>3. INGRESOS EXCEPCIONALES</b>	<b>0</b>	<b>9.131</b>	<b>9.131</b>
- ingresos excepcionales	0	9.131	9.131
<b>4. EXCESOS Y APLIC. PROVISIONES Y PERD.DETERIORO</b>	<b>0</b>	<b>469</b>	<b>469</b>
- Reversion deterioro de créditos por ops.comerciales	0	469	469
<b>5. INGRESOS FINANCIEROS</b>	<b>0</b>	<b>11.959</b>	<b>11.959</b>
- Otros ingresos financieros	0	11.959	11.959
<b>TOTAL</b>	<b>5.362.114</b>	<b>5.352.447</b>	<b>-9.667</b>

PRESUPUESTO DE GASTOS (ejercicio 2.024)			
CONCEPTOS	PRESUPUESTO	REALIZADO	DIFERENCIA
<b>1. COMPRAS</b>	<b>8.500</b>	<b>12.188</b>	<b>3.688</b>
- Compras Laboratorio	8.500	12.188	3.688
<b>2. SERVICIOS EXTERIORES</b>	<b>4.610.464</b>	<b>4.747.111</b>	<b>136.647</b>
<b>Arrendamientos y Cánones</b>	<b>14.000</b>	<b>12.230</b>	<b>-1.770</b>
- Renting ITACA/alquileres y combustible	14.000	12.230	-1.770
<b>Reparaciones y Conservación ITACA</b>	<b>212.000</b>	<b>221.157</b>	<b>9.157</b>
<b>Servicios Profesionales Independientes</b>	<b>89.500</b>	<b>120.065</b>	<b>30.565</b>
- Investigación y estudios	60.000	63.896	3.896
- Toma de Muestras	11.000	13.237	2.237
- Asesorías/Auditoría/notaría/registro/otros	16.000	24.912	8.912
- Asesoría Jurídica Extension de norma	2.500	18.020	15.520
<b>Transportes</b>	<b>3.575</b>	<b>2.147</b>	<b>-1.428</b>
- Mensajeros	3.575	2.147	-1.428
<b>Primas de seguros</b>	<b>6.000</b>	<b>5.101</b>	<b>-899</b>
<b>Servicios bancarios</b>	<b>10.000</b>	<b>13.514</b>	<b>3.514</b>
<b>Publicidad, propaganda y rrrpp</b>	<b>4.209.189</b>	<b>4.322.109</b>	<b>112.920</b>
- Promoción Mercado Interior	667.862	551.883	-115.979
- Promoción China	2.142.096	1.726.667	-415.429
- Promoción México	331.852	329.716	-2.136
- Promoción Reino Unido	494.035	643.285	149.250
- Promoción Japon	348.444	482.178	133.734
- Foro Ganadero Cárnico. Carne y Salud	61.000	78.835	17.835
- BdPORC	6.300	8.339	2.039
- Campaña Nacional(RRSS, ICEX,CMI,FCSS)	157.600	501.207	343.607
<b>Otros servicios</b>	<b>66.200</b>	<b>50.789</b>	<b>-15.411</b>
- ENAC	3.000	6.095	3.095
- Material de oficina	3.500	2.469	-1.031
- Comunicaciones	5.000	5.764	764
- Correos y telégrafos	1.700	684	-1.016
- Junta Directiva/Comisión Permanente	5.000	5.076	76
- Junta Directiva/Com.Pte. Extensión Norma	28.000	29.149	1.149
- Instalaciones INIA	20.000	0	-20.000
- Otros servicios exteriores	0	1.552	1.552
<b>3. TRIBUTOS</b>	<b>3.000</b>	<b>4.983</b>	<b>1.983</b>
- Impuesto sobre Beneficios	3.000	4.317	1.317
- Otros tributos	0	666	666
<b>4. GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>661.940</b>	<b>710.385</b>	<b>48.445</b>
-Sueldos y salarios	508.070	547.329	39.259
-Seguridad Social a cargo empresa	153.870	158.305	4.435
- Otros gastos sociales	0	4.751	4.751
<b>5. GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>12.000</b>	<b>9.275</b>	<b>-2.725</b>
- Intereses de deudas	12.000	9.275	-2.725
<b>6. DOTACIONES PARA AMORTIZACIONES</b>	<b>58.000</b>	<b>42.244</b>	<b>-15.756</b>
- Dotación Amortizaciones	58.000	42.244	-15.756
<b>7. GASTOS EXCEPCIONALES</b>	<b>5.710</b>	<b>74.324</b>	<b>68.614</b>
- Gastos excepcionales	5.710	74.324	68.614
<b>8. PÉRDIDAS POR DETERIORO</b>	<b>2.500</b>	<b>13.402</b>	<b>10.902</b>
- Pérdida deterioro créditos ops.comerciales	2.500	13.402	10.902
<b>TOTAL</b>	<b>5.362.114</b>	<b>5.613.913</b>	<b>251.799</b>

## JUSTIFICACIÓN DESVÍO PRESUPUESTARIO.

Las desviaciones respecto de los gastos e ingresos que finalmente se han producido sobre el presupuesto elaborado para el ejercicio 2024 han sido de 9.667,00 € inferiores en la partida de ingresos y de 251.799,00 € superiores en la partida de gastos.

Las desviaciones más significativas han sido las siguientes:

### - En la partida de ingresos:

En prestaciones de servicios, una desviación en un importe de 49.821,00 € menor a los esperados por el descenso en los sacrificios frente a los previstos.

En subvenciones, las imputadas al ejercicio para la promoción de los productos ibéricos Mercado Interior y China, han sido menores, de 82.435,00 € y 228.785,00 € respectivamente a las presupuestadas. Esto se ha debido a que los gastos de estos programas han sido menores a los presupuestados. de 115.979,00 € en Mercado Interior y 415.429,00 € en el caso de China que, en ambos casos, se debe a la ejecución del programa anterior, Ambassadors, con una inversión inferior a la prevista sin renunciar a ejecutar los programas en su totalidad y superando los resultados comprometidos. Además, en el caso de China también hubo un gasto menor al previsto en la parte correspondiente a 2024 del nuevo programa Awaken your Ibérico Sense.

En el caso de Méjico, los ingresos han sido superiores a los esperados en 15.383,00 €, a pesar de haber estimado a la baja los gastos en un importe de 2.136,00 €.

La subvenciones imputadas a los nuevos programas iniciados en 2024, Awaken your Ibérico Sense, para la promoción de productos agroalimentarios europeos han sido superiores a lo presupuestado, en concreto 138.229,00 € más en el caso de Japón y 174.644,00 € en el caso de Reino Unido, esto se ha debido a que también los gastos ejecutados en 2024 de estos programas han sido superiores a los estimados inicialmente, en concreto 149.250,00 € en el caso de Reino Unido y 133.734,00 € en el caso de Japón.

### - En cuanto en las partidas de gastos:

Las desviaciones de mayor importe respecto de las partidas de gastos son las que detallamos a continuación:

- Las desviaciones en los gastos de los programas nacionales en internacionales, ya mencionados junto con las desviaciones en los ingresos de estos, en el apartado anterior.

- En campaña Nacional se ha gastado 343.607,00 € más de los presupuestados, esto se ha debido a la puesta en marcha de una campaña de promoción en mercado nacional, "Llamémosle Ibérico", a la que se unieron la gestión e inversión mensual en las redes sociales nacionales y el patrocinio del Festival de Cine de San Sebastián que inicialmente no estaban previstas.

- El gasto de personal ha sido 48.445,00 € más elevado que presupuestado, debido a la incorporación de personal al departamento de comunicación para la gestión de las campañas internacionales y preparar el relevo al frente de la gerencia de la Interprofesional que asumirá el actual director de comunicación.

- La partida de gastos excepcionales ha sido 68.614 € más elevada a lo presupuestado, esto se ha debido a las cantidades contabilizadas como ingresos por subvenciones de los Programas europeos, que finalmente y tras haber sido recurridos no han sido entendido como subvencionables. Esto supone no haber recibido fondos por valor de 74.315,60 € en el ejercicio 2024, cantidad definitivamente no subvencionable después de haber presentado los correspondientes recursos.

*DETALLE PARTIDAS EXTENSIÓN DE NORMA/ACTIVIDAD EXENTA*

*Personal actividad Extensión de norma (actividad exenta):*

*Promoción: 207.549€*

*Trazabilidad: 223.462€*

*Investigación: 59.044 €*

*Seguimiento y control: 87.991€*

*Personal actividad no exenta: 74.919€*

4. PRESUPUESTO 2025

CONCEPTOS	PRESUPUESTO INGRESOS 2025
<b>1. PRESTACIONES DE SERVICIOS</b>	<b>2.160.000</b>
Laboratorio y precintos	90.000
Extensión de norma	2.070.000
<b>2. SUBVENCIONES</b>	<b>2.154.855</b>
Promoción UE CHINA	882.676
Promoción UE JAPÓN	555.687
Promoción UE EINO UNIDO	716.492
<b>TOTAL</b>	<b>4.314.855</b>

	<b>PRESUPUESTO GASTOS 2025</b>
<b>1. COMPRAS</b>	<b>11.500</b>
Compras Laboratorio	11.500
<b>2. SERVICIOS EXTERIORES</b>	<b>3.550.563</b>
<b>Arrendamientos y Cánones</b>	<b>14.000</b>
Renting ITACA y combustible	14.000
<b>Reparaciones y Conservación ITACA</b>	<b>212.000</b>
<b>Servicios Profesionales Independientes</b>	<b>117.000</b>
Investigación y estudios	80.000
Toma de Muestras	11.000
Asesorías/Auditoría/notaría/registro	23.500
Asesoría Jurídica Extensión de norma	2.500
<b>Transportes</b>	<b>3.575</b>
Mensajeros	3.575
<b>Primas de seguros</b>	<b>6.000</b>
<b>Servicios bancarios</b>	<b>10.000</b>
<b>Publicidad, propaganda y rpp</b>	<b>3.121.788</b>
China	1.054.669
Reino Unido	816.477
Japón	651.308
Campaña Nacional	599.334
<b>Otros servicios</b>	<b>66.200</b>
ENAC	3.000
Material de oficina	3.500
Comunicaciones	5.000
Correos y telégrafos	1.700
Junta Directiva/Comisión Permanente	5.000
Junta Directiva/Com.Pte. Extensión Norma	28.000
Instalaciones INIA	20.000
<b>3. TRIBUTOS</b>	<b>3.000</b>
Impuesto sobre Beneficios	3.000
<b>4. GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>707.267</b>
Sueldos y salarios	542.111
Seguridad Social a cargo empresa	165.155
<b>5. GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>12.000</b>
Intereses de deudas	12.000
<b>6. DOTACIONES PARA AMORTIZACIONES</b>	<b>17.610</b>
Dotación Amortizaciones	17.610
<b>7. GASTOS EXCEPCIONALES</b>	<b>10.415</b>
Gastos excepcionales	10.415
<b>8. PÉRDIDAS POR DETERIORO</b>	<b>2.500</b>
Pérdida deterioro créditos ops.comerciales	2.500
<b>TOTAL</b>	<b>4.314.855</b>

5. OTROS DOCUMENTOS  
ACTA REUNIÓN AG