

# Memoria Justificativa Técnica

Ejercicio 2023



# ÍNDICE

## I. INTRODUCCIÓN

## II. PANORÁMICA DEL SECTOR

## III. INTERPROFESIONAL DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

## IV. ACTIVIDAD

- 🕒 Investigación y Desarrollo.
- 🕒 *Marketing* y Comunicación.

## I. INTRODUCCIÓN

2023 ha estado marcado por un contexto preocupante para el olivar por la sequía, el aumento de los costes de producción y la inflación. Una situación que previsiblemente se extenderá a la próxima campaña en la que tendremos que seguir haciendo frente a estas dificultades.

Como parte esencial del olivar, el Aceite de Orujo de Oliva también se ha resentido de esta compleja y cambiante coyuntura, como muestran algunos de los principales indicadores de la campaña, con una reducción en la producción superior al 26%. Sin embargo, y, paradójicamente, la escalada de precios en los aceites de oliva ha favorecido que el Aceite de Orujo de Oliva se sitúe como una **alternativa saludable, de calidad y accesible** para el consumidor. Posicionamiento en el que venimos trabajando desde el nacimiento de esta Interprofesional y que ha eclosionado en 2023, como se ha podido comprobar en una relevante presencia en los medios de comunicación y en una mayor demanda del producto, tanto desde el segmento profesional, como doméstico.

Desde la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, una vez más, nos hemos adaptado a la coyuntura y a la actualidad y hemos reforzado las acciones de Comunicación y Divulgación para responder a las nuevas circunstancias con las que ha tenido que trabajar el sector orujero. Este esfuerzo se ha traducido en una **mayor presencia en el entorno digital** y en una **campaña de publicidad** más ambiciosa, que nos ha llevado a publicaciones sectoriales, a las televisiones autonómicas y a soportes exteriores de gran formato. Novedades que han acompañado a las iniciativas más consolidadas en este ámbito, como los **Premios ORIVA de Comunicación** o **“El Duelo”** en las principales escuelas de hostelería del país. La formación, interna y externa; los acuerdos con asociaciones y colectivos profesionales; la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) junto con otras acciones estratégicas completan esta área de trabajo durante el 2023.

ORIVA tampoco ha escatimado esfuerzos en I+D. En 2023 hemos seguido reforzando la estrecha colaboración con el **Consejo Superior de Investigaciones Científicas**, CSIC. Cabe destacar la presentación del estudio sobre efectos del consumo de Aceite de Orujo de Oliva en salud cardiovascular y la finalización de dos proyectos sobre su aplicación en repostería. Igualmente, interesantes y prometedores han sido los avances en materia de sostenibilidad, donde destaca la presentación del **sello medioambiental** específico para la creación de una marca colectiva y en el que llevamos trabajando desde 2022 con Bureau Veritas. También se ha postado de manera decidida en investigaciones para optimizar y mejorar los procesos productivos de fabricación del Aceite de Orujo de Oliva.

En definitiva, un balance muy positivo del presente ejercicio, que sienta las bases de cara a un año clave como 2024, en el que concluimos nuestra Segunda Extensión de Norma y en el que afrontamos su renovación consolidando actividades y vislumbrando nuevas áreas de trabajo. Era importante cumplir los objetivos marcados para acometer con mayor confianza y seguridad este reto, para el que contamos con el activo más importante: la unión y el compromiso compartido de toda la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva.

## II. PANORÁMICA DEL SECTOR

La Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva trabaja, bajo la marca ORIVA, en la promoción e investigación del Aceite de Orujo de Oliva y su sector.

Desde su creación en 2015, ORIVA ha establecido una ruta clara para impulsar el conocimiento y reconocimiento de este aceite como una pieza esencial del olivar, uno de los sectores agroalimentarios más importantes de nuestro país. En esta línea, ha establecido un planeamiento integral que permite una completa proyección del producto y su sector desde una triple perspectiva: alimentaria, socioeconómica y medioambiental.

La unión de toda la cadena de valor en la Interprofesional es, sin duda, la palanca necesaria para una labor que se concibe a largo plazo desde un punto de partida marcado por un bajo nivel de reconocimiento y notoriedad.

### VALOR NUTRICIONAL

Proveniente del olivar, el Aceite de Orujo de Oliva es un **aceite monoinsaturado**, con un elevado contenido en **ácido oleico**, que puede representar hasta el 80% de su composición. Cumple perfectamente con las recomendaciones nutricionales de la Organización Mundial de la Salud que indican que el consumo en peso de ácidos grasos saturados debe ser inferior al 30%; de ácidos monoinsaturados de entre el 40% y el 60%; y de ácidos poliinsaturados inferior al 20% del total de ácidos grasos. Además, contiene diversos **componentes minoritarios**, cuyas propiedades beneficiosas son cada vez más estudiadas, y que no se encuentran en los aceites vegetales comunes o, si los contienen, se encuentran en cantidades más bajas o irrelevantes. Algunos de estos componentes característicos son los alcoholes y ácidos triterpénicos, el escualeno y los alcoholes alifáticos.

Los **estudios científicos** llevados a cabo hasta el momento han evidenciado las propiedades beneficiosas de esta composición. Un nuevo respaldo, en este sentido, ha sido el método para clasificar los aceites y las grasas comestibles, según su calidad nutricional, propuesto por el Instituto de la Grasa del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (IG-CSIC). En el **estudio y ranking publicado este año en la revista científica *Nutrients***, el Aceite de Orujo de Oliva se ha situado en segunda posición, con idéntica puntuación que el aceite de oliva y el aceite de lino.



Precisamente, su composición explica algunas de sus propiedades en la cocina y, de manera particular, el rendimiento que ofrece en fritura, principal uso eficiente del producto, ya que le confiere una mayor estabilidad, durabilidad y resistencia a las altas temperaturas. No obstante, el Aceite de Orujo de Oliva es una categoría de aceite del olivar versátil, con aplicaciones más allá de las frituras, en guisos, salsas y postres, convirtiéndose en un producto básico para cubrir gran variedad de platos y recetas.

ORIVA se ha enfocado desde sus inicios en ahondar en estas propiedades nutricionales a través del estudio científico y del conocimiento multidisciplinar de expertos y profesionales de distintas ramas. Con ello, pretendemos que ese conocimiento llegue al consumidor y tenga toda la información y los datos a la hora de hacer del Aceite de Orujo de Oliva su alternativa de confianza en su cesta de la compra.

### VALOR SOCIOECONÓMICO

El olivar es uno de los principales cultivos de nuestro país y el Aceite de Orujo de Oliva es, sin lugar a duda, una pieza esencial de este patrimonio. España se sitúa a la cabeza de la producción y exportación mundial, generando un significativo valor socioeconómico, ya que se trata de uno de los pocos productos agroalimentarios cuyo valor industrial se queda en nuestro país. Esta posición de liderazgo se sustenta en un tejido industrial que hace posible un modelo de producción sostenible, de gran sofisticación tecnológica y clara vocación innovadora. En este sentido, indicar, que en este Ejercicio 2023, los centros que han declarado Extensión de Norma en la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva han sido **50 centros orujeros o extractoras, 9 refinerías, 4 operadores sin instalación, y un operador con instalación**, distribuidos en las comunidades autónomas de **Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, y Navarra**.



Su localización en pequeñas y medianas poblaciones contribuye además a la cohesión y a la fijación de la población en el territorio, ya que es una fuente de empleo estable debido a la regularidad del procesado del alpeorujo. En total se generan 18.000 puestos de trabajo, 3.000 directos y 15.000 indirectos.

### [Producción y facturación]

Como parte del olivar, el sector no ha estado exento de los problemas que han marcado la campaña 2022/2023, con una producción anormalmente baja debido a la sequía y a la consecuente alza de los precios. No obstante, en este escenario, el Aceite de Orujo de Oliva se ha convertido en la alternativa saludable y asumible económicamente, ya que su precio no se ha incrementado en igual proporción que el de los aceites de oliva.

Así, frente a la producción media de **130.000 toneladas anuales**, la campaña 2022/2023 ha supuesto un descenso del 25,7%, con **99.430 toneladas de Aceite de Orujo de Oliva crudo (AOOC)**, ello ha provocado situar **la media de las últimas campañas en 124.000 toneladas**. Eso sí, la **facturación ha alcanzado los 627,2 millones de euros**, lo que refleja un aumento en la comercialización de los aceites del **14%**, según los datos aportados por ANEO (Asociación Nacional de Empresas del Aceite de Orujo de Oliva).

Campaña	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
Producción AOOC	131.070	128.111	131.478	132.895	<b>99.430</b>

Dato en toneladas, AOOC: Aceite de Orujo de Oliva Crudo.

Fuente: AICA, Agencia de Información y Control Alimentario

### [Mercado interior]

El alza de los precios y el contexto internacional han favorecido un aumento de las ventas en el mercado interno del Aceite de Orujo de Oliva, que se ha concretado en 19.180 toneladas. Igualmente, destaca que las dos últimas campañas 2021/2022 y 2022/2023 han roto la tendencia y han situado la media de las últimas 5 campañas, a 15.000 toneladas, según datos de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC), que representa a un 65% del sector.

Campaña	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
Ventas ANIERAC AOO envasado	13.771	12.786	14.333	18.240	<b>19.180</b>

*Dato en toneladas, AOO: Aceite de Orujo de Oliva.*

*Fuente: Asociación Nacional Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles, ANIERAC*

### [Mercado exterior]

Lo que permanece invariable es que el 85% de las ventas de Aceite de Orujo de Oliva se destinan a la exportación. La fortaleza en el mercado exterior es una seña diferencial del sector orujero, consolidándose como gran embajador en la apertura de nuevos mercados agroalimentarios. El descenso en la campaña oleícola también se ha traducido en una bajada del **26,6%** en las exportaciones, situadas en **95.841 toneladas** frente a las 122.720 de la campaña anterior.

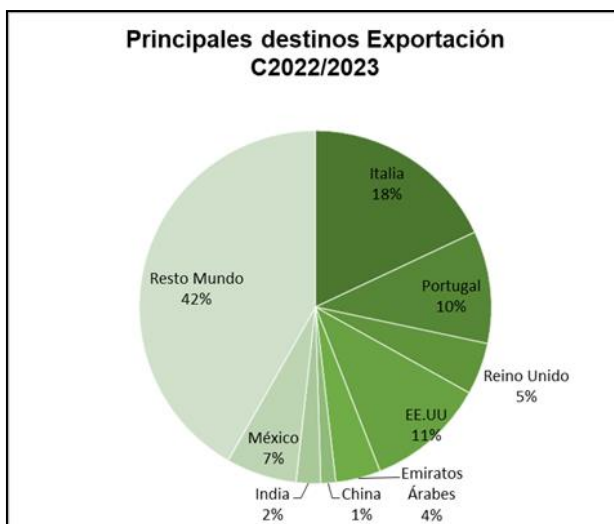
Campaña	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023
Exportación	111.613	93.656	122.298	122.720	<b>95.841</b>
Importación	63.761	75.791	73.045	75.839	<b>74.069</b>

*Dato en toneladas.*

*Fuente: DataComex y ANEO.*

En total, el Aceite de Orujo de Oliva está presente en más de 130 países. Los principales destinos de exportación han sido Italia (18%), EE. UU. (11%), Portugal (10%), México (7%), Reino Unido (5%), Emiratos Árabes (4%), India (2%) y China (1%).

Sobre el valor de las exportaciones, se han situado en cerca de 322,30 millones de euros, un **14%** por encima de la campaña 2022/2023 y un **58%** más que la media de las cuatro últimas campañas. Por lo que respecta a la cantidad importada, ha disminuido **-2,3%** con respecto a la campaña anterior, debido fundamentalmente a factores como la caída de Aceite de Oliva y Orujo de Oliva en el resto de los países de la Cuenca Mediterránea.



Fuente: ANEO

## VALOR MEDIOAMBIENTAL

La actividad del sector orujero es imprescindible para la viabilidad del olivar, ya que **hace sostenible la producción de aceites de oliva**. Si de cada kilogramo de aceituna que llega a la almazara el 20% es aceite de oliva, el resto, el 80% de la aceituna, tiene una vida útil gracias al tratamiento del alperujo u orujo graso húmedo que realiza la industria orujera.



Según datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), valorados por la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo (ANEO), en la campaña 2022/2023 la industria ha valorizado **3,1 millones de toneladas de alperujo u orujo graso húmedo**. Cifra que, debido a la excepcionalidad de la campaña, también ha supuesto un significativo descenso en comparación con los más de 6,3 millones de toneladas procesadas en el periodo 2021/2022.

Gracias a sofisticados procesos industriales de secado y extracción, el orujo graso húmedo permite aprovechamientos de gran interés. La mayor parte, un 60%, se transforma en vapor de agua. Un 2% se convierte en aceite de orujo crudo que será transportado a la refinadora para convertirlo en el Aceite de Orujo de Oliva. Y un 38% da lugar a biomasa, una fuente de energía sostenible usada tanto para el autoconsumo de la industria como para su comercialización.

### [Aplicaciones energéticas: biomasa del olivar]

Dentro de la valorización del alperujo u orujo graso húmedo, destaca la obtención de biomasa en forma de **hueso de aceituna y orujillo**, subproductos obtenidos durante el proceso de producción del Aceite de Orujo de Oliva, con un contenido energético importante, fuente tanto de energía térmica como eléctrica.

En la campaña 2022/2023, según los datos aportados por ANEO, la industria ha obtenido **1,18 millones de toneladas de orujillo y 230.619 toneladas de hueso de aceituna**. La comercialización de la biomasa, con sus consiguientes beneficios medioambientales y sociales, ha representado un total de 168,5 millones de euros, lo que representa un 21,2% de los ingresos del sector. En cuanto a la energía obtenida en el proceso de producción del Aceite de Orujo de Oliva, se ha generado energía eléctrica (KW-Verde) en el secado (215 MW instalados).

#### Aprovechamiento energético

##### Hueso de aceituna

Producción	230.619 tn
Autoconsumo	57.655 tn (25%)
Comercialización	172.964 tn (75%)

##### Orujillo

Producción	1.180.000 tn
Autoconsumo	224.180 tn (19%)
Comercialización	955.714 tn (81%)

### [Aplicaciones medioambientales]

Los principales aprovechamientos en este apartado se destinan a la **alimentación animal**, basada en la recuperación de pulpa de aceituna como perfecto complemento proteico, con una producción media anual de **95.000 toneladas** en las últimas cinco campañas, según ANEO. La industria también genera **abono y fertilizantes** para la mejora del suelo a partir del **compost y las cenizas** de combustión del orujillo.

### [Aplicaciones sanitarias: industria farmacéutica]

La industria consigue además la extracción de otros **compuestos de alto valor añadido**, con aplicaciones nutricionales y cosméticas, muy apreciadas por la industria farmacéutica. Principalmente **fenoles**, de alto poder antioxidante, con amplia aplicación en cosméticos y complementos alimenticios. Y entre estos fenoles, el **hidroxitirosol**, con un gran poder alimenticio y aplicaciones en el tratamiento oncológico.



## PERSPECTIVAS DE FUTURO

La campaña 2023/2024 estará de nuevo marcada por la sequía y su impacto en el olivar, por lo que se prevé de nuevo una producción escasa y un escenario con los precios al alza. En este contexto, el Aceite de Orujo de Oliva seguirá trabajando su posicionamiento como una **alternativa de calidad, más accesible y rentable**, tanto para el consumidor final, como para usos profesionales e industriales.

Las exigencias de modelos sostenibles se hacen cada vez más patentes y, en este sentido, el sector es pionero en economía circular, una fortaleza que requiere de esfuerzo y mejoras continuas y que es una línea prioritaria de cara al futuro. Como también lo es la inversión en I+D, que seguirá siendo una de las áreas estratégicas para la Interprofesional.

Mirando al futuro, hay que mencionar que **la campaña 2023/2024 marca el final de la vigente Extensión de Norma** y, por lo tanto, es un momento clave para hacer balance del periodo y plantear la renovación de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva en base a la continuidad y mejoras, pero siempre concitando el consenso de las asociaciones que aglutina en su seno.



## III. LA INTERPROFESIONAL

### LA UNIÓN DEL SECTOR ORUJERO

La Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva es una entidad que nace el 7 de mayo de 2015 y se constituye oficialmente el 7 de enero de 2016, con la publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de la Orden AAA/2894/2015, de 21 de diciembre.

La vigente Extensión de Norma de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (la segunda) se aprueba con la publicación en el BOE de la Orden APA/930/2021, de 31 de agosto, por la que se extiende el Acuerdo de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria para realizar actividades de promoción del Aceite de Orujo de Oliva, mejorar la información y el conocimiento sobre los mercados, así como realizar programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios durante las campañas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.

ORIVA está compuesta por **cinco asociaciones** que representan la parte productora y comercializadora de la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva, y que se concreta de la siguiente forma:

Parte productora

**INFAOLIVA** (Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva): representante de las almazaras y proveedores de materia prima, orujo graso húmedo, procedente de la molturación de la aceituna.

**Cooperativas Agroalimentarias de España**: proveen igualmente de materia prima, orujo graso húmedo, a las extractoras orujeras.

Parte comercializadora

**ANEO (Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva)**: supone el 74% de los centros de trabajo en la parte productora/extractora y el 92% de la producción de Aceite de Orujo de Oliva crudo. Además, representa el 100% de las empresas refinadoras y el 100% del Aceite de Orujo de Oliva refinado.

**ANIERAC (Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles)**: principales comercializadores del Aceite de Orujo de Oliva envasado en el mercado interior.

**ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceite de Oliva)**: se encarga de la fase de exportación. 22 de sus empresas asociadas se focalizan en mercados exteriores para el Aceite de Orujo de Oliva.

Su CIF es el G-90230145, la sede social se encuentra situada en la avenida de Luis Montoto, nº107, Esc. A 2ºE, con el código postal 41.007 de Sevilla. La oficina central está situada en la calle Castelló, nº 128, 2º derecha y el código postal es el 28006 de Madrid. El teléfono de la organización es el 919 110 244.

#### [Órganos de gobierno]

De la unión de estas asociaciones surgen los **órganos de gobierno y administración** de ORIVA: la Asamblea General y la Junta Directiva. Durante el Ejercicio 2023, la Asamblea General, órgano soberano de ORIVA, se ha reunido en tres ocasiones, en concreto el 23 de marzo y dos veces el 14 de diciembre, una extraordinaria, y seguidamente, una ordinaria.

Por su parte, la Junta Directiva se ha reunido en cuatro ocasiones, en las siguientes fechas: 23 de marzo; 12 de julio, 11 de octubre y 13 de diciembre.

### [Cambio en los Estatutos de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva]

Seguindo los preceptos de sus Estatutos y las necesidades de funcionamiento interno, la Asamblea General Extraordinaria de la organización ha aprobado por unanimidad el cambio de estatutos. En concreto, la modificación se ha producido en el *Título IV, Artículo 26. Junta Directiva. Cargos de la Interprofesional*. Así, el cambio alude únicamente al número de vocales de la Junta Directiva de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, que pasa de 14 a 16.

### [Renovación de Junta Directiva de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva]

La nueva Junta Directiva de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva se compone de **16 miembros** que representan y gestionan la Interprofesional, junto a la directora general. Así, en esta renovación se han producido varios cambios con relación a la ejecutiva anterior: Joaquín López López como secretario y tres nuevos vocales: Carlos Jiménez Ot, Antonio Román Eslava y Miguel Sánchez-Ocaña Fernández.

La renovación, por cuatro años más, de la Junta Directiva de ORIVA ha quedado de la siguiente manera:

Presidente: José Luis Maestro Sánchez-Cano.  
Vicepresidente: Antonio Gallego Díaz.  
Vicepresidente: Jaime Osta Gallego.  
Vicepresidente: Francisco Serrano Osuna.  
Secretario: Joaquín López López.  
Tesorero: José Luis Sánchez-Migallón García.

Vocales:  
Primitivo Fernández Andrés.  
Cristóbal Gallego Martínez.  
Juan de Dios Gálvez Daza.  
Carlos Jiménez Ot.  
Rafael Pico Lapuente.  
Antonio Román Eslava.  
Miguel Sánchez-Ocaña Fernández.  
Rafael Sánchez de Puerta Díaz.  
Gaspar Vañó Fernández.  
Manuel Villén Otero.

Directora general: Alicia Vives Gutiérrez.

### [Grupos de Trabajo]

ORIVA, por otra parte, ha seguido manteniendo activos sus **dos Grupos de Trabajo**, denominados, respectivamente, Grupo de Gestión Permanente de Comunicación y Marketing (GGPCM) y Grupo de Gestión Permanente de I+D (GGPID), que se encargan de coordinar las actividades y preparar las temáticas para la Junta Directiva, único órgano ejecutivo. En el año 2023, el GGPCM se ha reunido en cinco ocasiones y en las siguientes fechas: 14 de febrero; 2 de marzo; 14 de abril; 27 de abril y 3 de mayo. Así, los integrantes han sido: José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente; Jaime Osta Gallego, director; Antonio Gallego Díaz; Antonio Román Eslava; Juan de Dios Gálvez Pérez; Gaspar Vañó Fernández y Álvaro Espuny Rodríguez. Por su parte, el GGPID ha tenido cuatro reuniones, en las siguientes fechas: 16 de febrero, 3 de marzo, 14 de abril y 24 de abril. Los miembros se han concretado de la siguiente manera: José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente; Francisco Serrano Osuna, director; Raquel Bonfill Centelles; Joaquín López López; Miguel Sánchez-Ocaña; Cristóbal Gallego Martínez y Álvaro Espuny Rodríguez.

### [Contratación de servicios externos]

La Interprofesional cuenta con la **contratación de varias empresas y profesionales independientes** para llevar a buen término los objetivos marcados por la Asamblea General, órgano máximo de Gobierno.

Así, las principales empresas y organismos con los que se ha colaborado son:

- OmnicomPRGroup. Gestión de Gabinete de Prensa y Redes Sociales.
- AGR Food Marketing. Gestión de *Marketing*.
- Izertis. Gestión de Web y posicionamiento.
- Havas Media. Gestión de campañas publicitarias.
- GfK. Estudios de Mercado.
- Consejo Superior de Investigaciones Científicas (Instituto de la Grasa -IG- e Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Nutrición -ICTAN-). Investigaciones científicas.
- Universidad de Córdoba. Investigaciones científicas.
- Universidad de Sevilla (AICIA). Investigaciones científicas.

Colaboradores fijos:

- Manuel de Silva. Asesor financiero y contable.
- Francisco Javier García Valdés. Asesor informático.
- BDO Auditores SPL.
- Gómez Acebo Abogados. Asesor jurídico.

### [Representatividad]

Durante la campaña 2022-2023, la representatividad queda definida en base a los parámetros aprobados en la segunda Extensión de Norma de la Interprofesional, activa desde el 1 de octubre de 2021 y vigente hasta el 30 de septiembre de 2024. Para la presente memoria, estos datos han sido aprobados por la Junta Directiva y ratificados por la Asamblea General y se basan en los acuerdos alcanzados en los criterios de baremos de representatividad entre las asociaciones miembros, que se concreta así:

- 1.- Rama de la producción: producción de toneladas de aceite de orujo crudo.
- 2.- Rama de la industria: entrada de toneladas de aceite de orujo crudo.

CANTIDADES ACREDITADAS POR LAS ASOCIACIONES - Campaña 2022/2023				
Asociaciones	Producción		Transformación y Comercio	
	Producción de Orujo Graso Húmedo (kilogramos)	Salidas de Aceite de Orujo de Oliva Crudo (kilogramos)	Entradas de Aceite de Orujo de Oliva Crudo (kilogramos)	Envasado y comercialización de Aceite de Orujo de Oliva (litros)
ANEO	x	101.273.326	165.670.948	x
Cooperativas Agroalimentarias	2.010.092.570	5.960.471	x	x
INFAOLIVA	811.630.730	x	x	x
ANIERAC	x	x	x	19.186.924
ASOLIVA	x	x	x	49.200.328
Otros	253.195.459	2.132.646	66.295	x
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>3.074.918.760</b>	<b>109.366.443</b>	<b>165.737.243</b>	<b>68.387.252</b>
<b>% Asociaciones</b>	<b>92%</b>	<b>98%</b>	<b>99,96%</b>	<b>100%</b>
<b>% Fuera de Asociaciones</b>	<b>8%</b>	<b>2%</b>	<b>0,04%</b>	<b>0%</b>

Fuentes: AICA, ANEO, ANIERAC, ASOLIVA y ORIVA

Resaltar en este sentido, que **solo pagan Extensión de Norma** las **salidas** de Aceite de Orujo de Oliva Crudo y las **entradas** de Aceite de Orujo de Oliva Crudo (**6 €** por tonelada de Aceite de Orujo de Oliva Crudo).

Así, en Asamblea General, por refrendo mutuo, una vez conocidas las cantidades producidas, transformadas y comercializadas por cada Asociación y en virtud de los criterios internos, se otorgan los siguientes porcentajes de gestión de la Organización Interprofesional, según la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias.

<b>Sector Productor</b>	<b>50%</b>	<b>Sector Industrial</b>	<b>50%</b>
• ANEO (extractoras)	42%	• ANEO (industriales)	44%
• Coop. Agroalimentarias	5%	• ANIERAC	3%
• INFAOLIVA	3%	• ASOLIVA	3%

## OBJETIVOS

Velando por los intereses de toda la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva, los objetivos fundacionales de ORIVA se centran en generar acciones de **promoción y divulgación**, realizar **estudios e investigaciones** y promover el **desarrollo y la innovación tecnológica** en relación con el Aceite de Orujo de Oliva y el sector que lo promueve.

Para ello, ORIVA trabaja en **dos líneas** -I+D y Comunicación- con el fin de hacer más visible el reconocimiento social del Aceite de Orujo de Oliva y del sector; incentivar el conocimiento y el consumo del Aceite de Orujo de Oliva en el Canal HORECA (Hostelería, Restauración y Catering), la industria alimentaria (conservas, aperitivos embolsados, etc.) y entre los consumidores.

## IV. ACTIVIDAD

### INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

La Investigación y el Desarrollo (I+D) junto con la Comunicación constituyen las dos áreas de actividad de ORIVA.

La política de I+D tiene como objetivo generar conocimiento que impulse la competitividad del producto y del sector, basándose en los principios de independencia, excelencia y continuidad.

El balance general en este campo ha sido muy positivo, pasando del vacío bibliográfico en el inicio de la Interprofesional,



El balance general en este campo ha sido muy positivo, pasando del vacío bibliográfico en el inicio de la Interprofesional, a la publicación de varios estudios en revistas científicas de relevancia internacional durante este Ejercicio 2023. El grueso de la investigación se ha confiado al **Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)** por ser el organismo de referencia en nuestro país. A través de dos de sus centros, el Instituto de la Grasa (IG) de Sevilla y el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) de Madrid, se han desarrollado distintas líneas de investigación centradas en las **propiedades saludables y culinarias** del Aceite de Orujo de Oliva.

Bajo la segunda Extensión de Norma, ORIVA ha diversificado los contenidos de esta área con el objetivo de impulsar otra de las señas de identidad del Aceite de Orujo de Oliva: su valor medioambiental. Si bien es un aspecto transversal a toda la actividad de la Interprofesional, en 2020 toma carta de naturaleza con su inclusión en I+D y la asignación de recursos propios para la puesta en marcha de proyectos centrados en este ámbito. De esta manera, se pone en marcha la creación de un **sello de sostenibilidad medioambiental** específico para el sector, que ha sido presentado este año 2023 y que dará lugar a una marca colectiva. En esta línea, se enmarcan también los contratos de investigación firmados con otras entidades académicas dedicadas a la innovación sobre asuntos como la **valorización de los subproductos del olivar o el control de emisiones**. Para ello, se ha confiado en la Universidad de Sevilla, en concreto, en la Asociación de Investigación y Cooperación Industrial de Andalucía, AICIA, y en la Universidad de Córdoba.

#### LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Durante 2023, la colaboración con el CSIC ha seguido contribuyendo al avance de la Ciencia del Aceite de Orujo de Oliva. Por un lado, se han finalizado seis estudios. Uno de ellos sobre la **obtención de oleogel de Aceite de Orujo de Oliva** como fuente de grasa más saludable en la elaboración de margarinas para su aplicación en masas de hojaldre; así como su uso en nuevas formulaciones más saludables de pastelería o bollería, modificando en particular el perfil lipídico de las grasas utilizadas. Las conclusiones han sido publicadas en las revistas científicas *Food Science and Technology* y *Foods*.

Los cinco restantes se han dedicado a la **mejora en los procesos de refinación del Aceite de Orujo de Oliva**.

Para seguir profundizando en sus propiedades saludables, se han puesto en marcha dos nuevos proyectos que estudiarán la **capacidad protectora del eritrodiol** en el Aceite de Orujo de Oliva, así como su **potencial efecto antidiabético**, un extremo que ya ha quedado recogido en el estudio sobre los efectos en salud cardiovascular, presentado en 2023. Asimismo, sigue su curso la investigación dedicada a la acción de los componentes menores del Aceite de Orujo de Oliva en la **prevención de la enfermedad de Alzheimer**, que se encuentra en su tercera fase con ensayos en personas diagnosticadas de alzhéimer en un estadio primario, que presenten problemas de memoria o un deterioro cognitivo incipiente.

En el apartado medioambiental, siguen abiertos -debido a problemas de gestión y técnicos- los proyectos sobre la reducción de emisiones de partículas en hornos, calderas y secaderos y el de valorización y posibles usos de las cenizas de fondo de orujillo, ambos de la **Universidad de Córdoba (UCO)** y el análisis sobre alternativas para el control de las emisiones de partículas de la **Asociación de Investigación y Cooperación Industrial de Andalucía (AICIA)** de la Universidad de Sevilla.

En concreto, a lo largo de 2023, se han gestionado las siguientes investigaciones que se detallan a continuación:

### [Investigaciones en proceso y abiertas]

**“Protección frente a la enfermedad de Alzheimer mediante la atenuación de la activación de microglía por el Aceite de Orujo. Fase III.”** (Investigación proveniente de la Primera Extensión de Norma y que este 2023 está en su tercera fase con un nuevo contrato, que se prolongará a la Tercera Extensión de Norma).

- Centro Investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigador principal: Javier Sánchez Perona.
- Duración: 36 meses.
- Objetivo: Demostrar que las lipoproteínas ricas en triglicéridos, TRL, son capaces de activar la microglía y que dicha activación podría ser atenuada mediante la incorporación en esas partículas de determinados componentes del Aceite de Orujo de Oliva, lo que podría prevenir el desarrollo de la enfermedad de Alzheimer. La tercera fase del estudio busca confirmar la hipótesis probada en las fases previas in vitro y en ensayos clínicos con sujetos sanos, en personas diagnosticadas de alzhéimer en un estadio primario, que presenten problemas de memoria o un deterioro cognitivo incipiente.

**“Eritrodiol en el Aceite de Orujo de Oliva como agente protector frente a la aterosclerosis”.** (Investigación nueva en el 2023 y que concluirá en la Tercera Extensión de Norma).

- Centro investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigador principal: José María Castellano Orozco.
- Duración: 36 meses.
- Objetivo: De manera general, evaluar el papel del eritrodiol del Aceite de Orujo de Oliva como agente protector frente a la aterosclerosis para la prevención de la enfermedad cardiovascular. Por otra parte, los objetivos específicos de la investigación buscan determinar la biodisponibilidad en humanos del eritrodiol administrado en forma de Aceite de Orujo de Oliva; estudiar el efecto inhibitor del eritrodiol en la formación de células espumosas y profundizar en los mecanismos de acción del eritrodiol en células hepáticas.

**“Valoración del potencial efecto antidiabético del Aceite de Orujo de Oliva. Estudio agudo e intervención crónica en sujetos diabéticos o prediabéticos”.** (Investigación nueva en el 2023 y que concluirá en la Tercera Extensión de Norma).

- Centro investigador: Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición – CSIC.
- Investigador principal: Laura Bravo Clemente.
- Duración: 30 meses.

- Objetivo: Determinar si el consumo de Aceite de Orujo de Oliva en la dieta puede mejorar la homeostasis glucídica y otros factores de riesgo y comorbilidades asociadas a la diabetes mellitus tipo 2, en sujetos con intolerancia a la glucosa o en pacientes con la patología establecida, examinando los efectos postprandiales y tras su consumo crónico.

**“Estudio para la reducción de emisiones durante el proceso de secado del alperujo. Proyectos Biosafe”.** (Investigación abierta, que por motivos de gestión de los investigadores sigue abierta para el 2024).

- Centro Investigador: Universidad de Córdoba (UCO).
- Investigador principal: Sara Pinzi.
- Duración: 12 meses.
- Objetivo: Evaluar y describir las normativas y tecnologías actuales en los procesos de tratamiento de combustibles sólidos derivados del orujillo y analizar la emisión de partículas *in situ* en una planta de secado de orujillo.

**“Valorización y posibles usos de las cenizas de fondo de orujillo. Reutilización de escorias”.** (Investigación abierta, que por motivos de gestión de los investigadores sigue abierta para el 2024).

- Centro Investigador: Universidad de Córdoba (UCO).
- Investigadores principales: José Ramón Jiménez Romero y José María Fernández Rodríguez.
- Duración: 12 meses.
- Objetivo: Desarrollar una ficha técnica de usos y aplicaciones que clasifique las cenizas de fondo de orujillo (OPBA, *Olive Pomace Bottom Ash*) en función de la tipología de quemador usado. En base a la caracterización física, química y mineralógica de las diferentes OPBA se plantearán diferentes usos de estas en elementos prefabricados de hormigón (Valorización “en” y “cómo”). En cuanto a la valorización “en” se planteará un uso de las diferentes OPBA como árido en prefabricados de hormigón base-cemento no estructurales. En cuanto a la valorización “cómo” se planteará el uso de las OPBA como precursor de hormigones activados alcalinamente no estructurales.

**“Análisis de alternativas para el control de las emisiones de partículas en hornos, calderas y secaderos del sector de producción de Aceite de Orujo”.** (Investigación abierta, que por motivos de gestión de los investigadores sigue abierta para el 2024).

- Centro Investigador: Asociación de Investigación y Cooperación Industrial de Andalucía (AICIA) de la Universidad de Sevilla.
- Investigadores principales: Benito Navarrete Rubia y Luis Cañadas Serrano.
- Duración: 6 meses.
- Objetivo: Caracterización y diagnóstico de los medios disponibles para el control de partículas en el sector de producción del Aceite de Orujo de Oliva que permita evaluar las capacidades de las distintas tecnologías ya probadas o que están actualmente en funcionamiento en las plantas de producción. Al mismo tiempo, se plantea un exhaustivo análisis del estado de la técnica con objeto de identificar opciones innovadoras en materia de control de partículas que puedan ser aplicadas con éxito al sector orujero para resolver los problemas de superación de los niveles de emisión.

### [Investigaciones concluidas]

**“Aceite de Orujo de Oliva como ingrediente de alimentos horneados (tortas y magdalenas): resistencia a la degradación oxidativa de componentes bioactivos”.** (Este estudio se devengó del presupuesto en el Ejercicio 2022, pero ha sido en este 2023 cuando se han producido las publicaciones en revistas científicas de alcance).

- Centro Investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigador principal: Joaquín Velasco Jiménez.
- Duración: 18 meses.
- Resultados: Se ha puesto de manifiesto la viabilidad tecnológica del Aceite de Orujo de Oliva (AOO) para elaborar margarinas en sustitución de grasas saturadas presentes en los

preparados grasos comerciales, y dirigidas a ser incorporadas en masas laminadas para la obtención de distintos productos finales horneados, como hojaldres, volovanes, croissants, crodotes, palmeritas, etc. No obstante, en relación con las condiciones de procesado para la obtención de margarinas con AOO, sería conveniente ensayar su preparación a escala de planta piloto e industrial.

- Publicaciones:
- Joaquín Velasco, Aída García-González, Rosario Zamora, Francisco J. Hidalgo and M. Victoria Ruiz-Méndez. Olive pomace oil improves the oxidative stability and nutritional value of oil-based cakes with anise essence, a traditional confectionery product in Spain. *LWT – Food Science and Technology*, 184 (2023) 115081 (DOI: <http://doi.org/10.1016/j.lwt.2023.115081>)
- Joaquín Velasco, Aída García-González, Rosario Zamora, Francisco J. Hidalgo and María-Victoria Ruiz-Méndez. Quality and Nutritional Changes of Traditional Cupcakes in the Processing and Storage as a Result of Sunflower Oil Replacements with Refined Olive Pomace Oil. *Foods*, 12 (11), 2125 (2023) (DOI: <http://doi.org/10.3390/foods12112125>).

**“Empleo del Aceite de Orujo de Oliva como sustituto graso en la elaboración de margarinas para masas de hojaldre”.** (Investigación terminada en 2023)

- Centro Investigador: Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición – CSIC.
- Investigador principal: María Dolores Álvarez Torres y Susana Cofrades Barbero.
- Duración: 24 meses.
- Resultados: Se pone de manifiesto la viabilidad tecnológica del AOO para elaborar margarinas en sustitución de grasas saturadas presentes en los preparados grasos comerciales, y dirigidas a ser incorporadas en masas laminadas para la obtención de distintos productos horneados (hojaldres, volovanes, croissants, crodotes, palmeritas, etc.). En relación con las condiciones de procesado para la obtención de margarinas con AOO, sería conveniente ensayar su preparación a escala de planta piloto e industrial para conseguir una cristalización de la grasa más similar a la que presentan las grasas laminadas comerciales.
- Publicaciones:
- Álvarez, M.D.; Cofrades, S.; Pérez-Mateos, M.; Saiz, A.; Herranz, B. Development and Physico-Chemical Characterization of Healthy Puff Pastry Margarines Made from Olive-Pomace Oil. *Foods* 2022, 11, 4054. <https://doi.org/10.3390/foods11244054>
- Álvarez, M.D.; Herranz, B.; Saiz, A.; Cofrades, S. Functionality of Puff Pastry Olive Pomace Oil-Based Margarines and Their Baking Performance. *Foods* 2023, 12, 2138. <https://doi.org/10.3390/foods12112138>

**“Estudio por simetría de las curvas de los Moah y Mosh. Informe sobre el posible origen de los hidrocarburos aromáticos de origen mineral (MOAH) en los aceites comerciales de orujo de oliva”.** (Investigación nueva en 2023 y terminada).

- Realizado por: Centro Investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigador principal: Wenceslao Moreda Martino.
- Duración: 3 meses.
- Resultados: La presencia de MOH en los alimentos puede tener origen ambiental, industrial, etc. Dada su complejidad, no es posible separar las mezclas de MOH en compuestos individuales, en el análisis únicamente se determinan las fracciones MOSH y MOAH como dos grupos separados, fracciones comprendidas entre (C10-C50). Tras analizar 51 muestras comerciales (Gómez-Coca et al, 2023), se demuestra que existe simetría entre las fracciones de MOSH y MOAH en el Aceite de Orujo de Oliva. Esta simetría de las trazas cromatográficas entre los MOSH y MOAH nos demuestra que tienen un origen común. Por tanto, si los primeros pueden considerarse endógenos (es decir, se encuentran en el interior del fruto, si bien no son sintetizados por el mismo) dentro de ciertos límites (250 mg/kg; Gómez-Coca et al, 2016), también deben serlo los segundos tal y como se hipotetiza en publicaciones recientes (Gómez-Coca et al, 2023). Por tanto, se llega a la conclusión que, al ser los MOSH de origen endógeno, los MOAH también lo son.



**“Ensayo de Destilación Molecular de Aceite de Orujo Refinado para evaluar el comportamiento de compuestos anómalos presentes en el aceite (Pruebas en laboratorio y pruebas industriales)”**. (Investigación nueva en el 2023 y terminada).

- Centro investigador: Instituto de la Grasa-CSIC y Alfa Laval (pruebas en laboratorio e industriales, respectivamente).
- Investigadora principal: María Victoria Ruiz Méndez y Alfa Laval.
- Duración: 2 meses.
- Resultados: Se confirma que se pueden disminuir -con equipo especial- los contenidos de Moah y Mosh con un alto vacío y temperaturas altas. Asimismo, se aboga por seguir realizando más análisis para obtener los mejores pasos en el proceso de refinación.

**“Optimización del proceso refinación para eliminación de contaminantes en el Aceite de Orujo de Oliva”**. (Investigación nueva en el 2023 y terminada).

- Centro investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigadora principal: María Victoria Ruiz Méndez.
- Duración: 6 meses.
- Resultados: Eliminación efectiva de los compuestos con una notable eficacia. Los valores más bajos se han logrado mediante destilaciones sucesivas a partir del decolorado.

**“Evaluación de Citotoxicidad de Mohs y Moahs presentes en Aceite de Orujo de Oliva”**. (Investigación nueva en el 2023 y terminada).

- Centro investigador: Instituto de la Grasa – CSIC.
- Investigadora principal: M<sup>a</sup> del Carmen Millán Linares.
- Duración: 6 meses.
- Resultados: La no citotoxicidad de los aceites minerales presentes en las fracciones destiladas de Aceite de Orujo de Oliva, si llegan de forma intacta a la circulación sistémica y órganos diana a una dosis máxima probada de 5 mg/mL. Abarcando una aproximación global sobre distintas líneas celulares implicadas en el metabolismo postprandial del sistema inmune.

## SELLO MEDIOAMBIENTAL

Uno de los elementos singulares de la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva es su valor medioambiental. Se trata de la pieza imprescindible para garantizar la economía circular y la sostenibilidad de todo el olivar.

En 2023, coincidiendo con la celebración de EXPOLIVA en Jaén, la Interprofesional ha dado a conocer la **primera certificación en**

**sostenibilidad medioambiental** específica para la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva. El sello de sostenibilidad medioambiental del Aceite de Orujo de Oliva tiene como objetivo reforzar un modelo productivo basado en la sostenibilidad y la circularidad. Desarrollado por Bureau Veritas, permitirá a las empresas adheridas contar con un certificado de marca colectiva que muestre el compromiso de sostenibilidad del producto y el sector.

Con este objetivo, el esquema de certificación desarrollado por Bureau Veritas consta de **once parámetros** para medir el desempeño, en ámbitos como el consumo responsable de recursos, la eficiencia energética, la economía circular o la trazabilidad del producto. Por lo que respecta a la identidad visual del sello, realizada en colores verde y blanco, engloba en su icono los conceptos de la aceituna y la economía circular.

Desarrollada ya la primera parte, parámetros e identidad visual, en el Ejercicio 2024 se avanza en la Creación de un Reglamento de Uso y su puesta en marcha.



## DIVULGACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA

ORIVA busca **acercar el conocimiento científico y técnico** sobre el producto y su sector a un público cada vez más amplio y diverso. La colaboración del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en este ámbito resulta indispensable y son muchas las **iniciativas formativas, informativas y divulgativas** que cuentan con la participación de los investigadores del CSIC.



En este marco, uno de los principales hitos informativos del año ha sido la **presentación de la investigación sobre efectos en salud cardiovascular** realizada por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del CSIC.

Los principales resultados, publicados en las revistas *European Journal of Nutrition*, *Nutrients* y *Foods*, se han dado a conocer en un acto celebrado en la Residencia de Estudiantes de Madrid el 19 de enero. El mismo ha contado con las investigadoras responsables del proyecto, las doctoras Laura Bravo Clemente, profesora de Investigación, y Raquel Mateos Briz, científica titular, ambas del ICTAN-CSIC. Al mismo, ha asistido Ana Castro Morera, vicepresidenta adjunta de Transferencia del Conocimiento del CSIC.

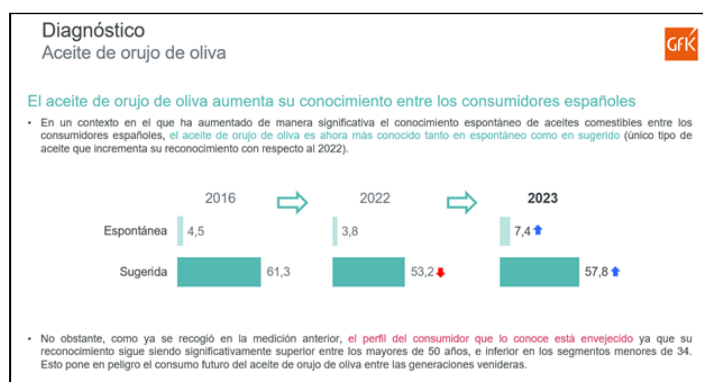
La investigación también se ha presentado en los programas científicos de dos de las principales ferias sectoriales: la World Olive Oil Exhibition (WOOE), en marzo, y EXPOLIVA, en mayo.

Asimismo, el efecto en salud del Aceite de Orujo de Oliva se ha convertido por primera vez en el **objeto de estudio de una tesis doctoral**, la presentada por Susana González Rámila, investigadora en prácticas del ICTAN-CSIC. González Rámila ha defendido su tesis en la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) obteniendo una calificación de sobresaliente *cum laude*.

La colaboración en materia de divulgación, como en años anteriores, se ha extendido a otras iniciativas de la Interprofesional como los Premios ORIVA de Comunicación, donde el CSIC tiene representación en el jurado, y los viajes de prospección, donde el Instituto de la Grasa es una de las visitas del programa. También cabe mencionar la participación del científico titular del IG-CSIC, Javier Sánchez Perona, en las jornadas divulgativas “Diálogos sobre aceites y nutrición”.

## ESTUDIOS DE MERCADO

Durante 2023, se ha vuelto a confiar en la consultora GfK para la realización de un nuevo **estudio de mercado** para conocer el estado actual y la evolución experimentada en la **notoriedad y reconocimiento** del Aceite de Orujo de Oliva en el mercado interno, respecto a las encuestas realizadas en 2017 y 2022. Entre las conclusiones extraídas, en un contexto en el que ha aumentado de manera significativa el conocimiento espontáneo de aceites comestibles entre los consumidores españoles, el Aceite de Orujo de Oliva es ahora más conocido tanto en espontáneo como en sugerido, siendo el único tipo de aceite que incrementa su reconocimiento con respecto a 2022.



entre los consumidores españoles, el Aceite de Orujo de Oliva es ahora más conocido tanto en espontáneo como en sugerido, siendo el único tipo de aceite que incrementa su reconocimiento con respecto a 2022. No obstante, su notoriedad espontánea sigue siendo baja para un producto de gran consumo, por debajo del 10%, por lo que fomentar su notoriedad sigue siendo uno de los grandes retos del sector.

## MARKETING Y COMUNICACIÓN

### CANAL HORECA

#### EL DUELO EN ESCUELAS DE HOSTELERÍA

- **Objetivo:** posicionamiento en el canal HORECA.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** Cursos 2022/2023 y 2023/2024. En este apartado hablamos siempre de curso escolar y siempre están incluidos dos años.

“El Duelo” se ha convertido en una de las acciones más representativas de ORIVA. El objetivo es contribuir a la **formación de los estudiantes de hostelería** con un programa especialmente diseñado para este ciclo de formación profesional. Para ello, se emplea una fórmula que combina la teoría, la práctica y la competición. En una primera etapa, se imparte una **masterclass** a cargo de la chef María Jiménez Latorre, donde los estudiantes reciben información teórica sobre el Aceite de Orujo de Oliva, sus propiedades nutricionales y usos culinarios. Además, la clase incluye una demostración práctica con la confección de un menú preparado con el Aceite de Orujo de Oliva como base.

En una segunda etapa, “El Duelo” pone en marcha un **concurso de recetas** en los centros participantes. Los finalistas de cada escuela participan en una gran final por la mejor receta con Aceite de Orujo de Oliva y sus creaciones son valoradas por un jurado de primer nivel con la participación de cocineros estrella Michelin. El premio es un curso de perfeccionamiento de técnicas culinarias en el **Basque Culinary Center**, institución académica y de investigación, pionera a nivel mundial.

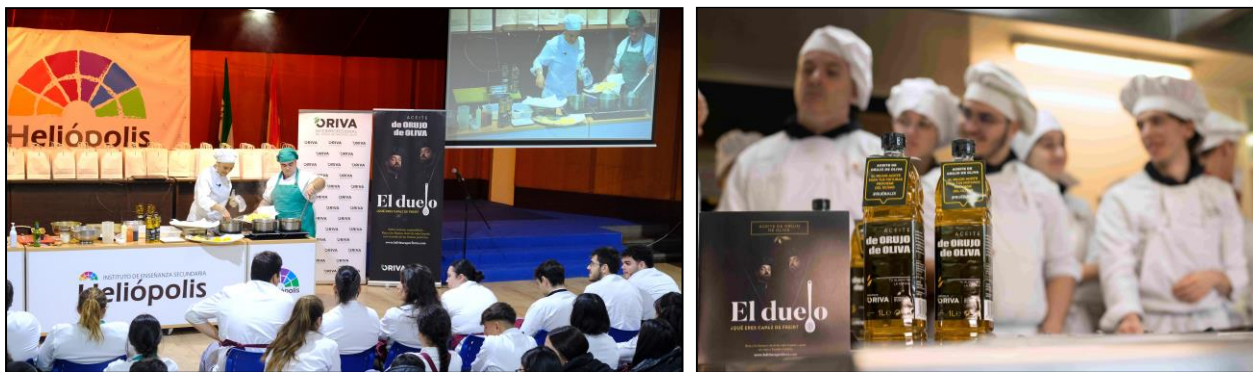
En 2023 ORIVA ha culminado la edición 2022/2023 y se ha iniciado la 2023/2024, la quinta desde el arranque de la iniciativa.

#### Curso 2022/2023

En su cuarta edición, correspondiente al curso 2022/2023, “El Duelo” ha recorrido **14 escuelas en Castilla y León, Extremadura y Comunidad de Madrid**, llegando a cerca de 700 alumnos en 20 sesiones. El jurado ha estado integrado por los chefs con estrella Michelin Javier Estévez y Julio Fernández; la chef embajadora de ORIVA, María Jiménez Latorre y la ganadora de la primera edición de “El Duelo”, Yaiza Martín Casas, cocinera profesional.



**Curso 2023/2024**



En el curso 2023/2024, “El Duelo” ha organizado un recorrido por 11 provincias, con la celebración de 23 jornadas formativas, visitando 17 centros de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Cantabria, Comunidad de Madrid, Murcia, Comunidad Valenciana y País Vasco. Dentro del ejercicio 2023, en los meses de octubre y noviembre, se han impartido 11 sesiones en 9 escuelas de Alicante, Granada, Málaga, Móstoles (Madrid), Sevilla, Valencia y Zaragoza. En 2024, se completará el itinerario de enero a febrero con 12 sesiones en ocho escuelas para, después celebrar la final el 14 de marzo de 2024.

En total, las cuatro ediciones celebradas hasta el momento han recorrido 13 Comunidades Autónomas con la participación de **66 escuelas y 3.350 alumnos**. Todas las ediciones han incluido la elaboración y actualización de materiales formativos, reparto gratuito de Aceite de Orujo de Oliva, así como la producción de cobertura audiovisual con un reportaje fotográfico y de vídeo y contenido en redes sociales.

**COLABORACIÓN CON HOSTELERÍA DE ESPAÑA**

- **Objetivo:** posicionamiento en el canal HORECA.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** septiembre de 2023.

El canal HORECA es uno de los canales prioritarios para el Aceite de Orujo de Oliva. Las cualidades del producto, en términos de calidad y rentabilidad, lo hacen especialmente idóneo para los profesionales de la restauración. Desde sus comienzos, ORIVA ha entablado una estrecha relación con una de las principales asociaciones sectoriales, **Hostelería de España**, única organización empresarial que representa a más de 300.000 empresas del sector.



De esta manera, durante 2023, se ha vuelto a establecer un **acuerdo de colaboración** entre ambas entidades. El acuerdo ha contemplado la realización de contenidos sobre el producto y las ventajas que aporta a los profesionales de la restauración para su difusión en distintos canales de Hostelería de España. En concreto, se ha producido el reportaje titulado **“Aceites, la tormenta perfecta”** publicado en el portal hostelerialdigital.es el 28 de septiembre; cuatro publicaciones para X (antes Twitter) y cuatro para Facebook; y una newsletter compartida con 50.000 destinatarios de hosteleros, marcas y organismos públicos.

**Aceites, la tormenta perfecta**

El Aceite de Orujo de Oliva se posiciona como una alternativa rentable y de calidad para el canal HORECA

Por Redacción HD - 28/09/2023

El precio de los alimentos no ha dejado de aumentar en los últimos dos años. Una situación que ha impactado directamente en la hostelería y ha obligado a adaptar los hábitos de compra. El precio del aceite ha sido uno de los “puntos calientes” ya que la sequía, la inflación, la inestabilidad internacional y los costes de producción se han convertido en la tormenta perfecta. Y las perspectivas no son mucho mejores.

El precio de los alimentos no ha dejado de aumentar en los últimos dos años. Una situación que ha impactado directamente en la hostelería y ha obligado a adaptar los hábitos de compra. El precio del aceite ha sido uno de los “puntos calientes” ya que la sequía, la inflación, la inestabilidad internacional y los costes de producción se han convertido en la tormenta perfecta. Y las perspectivas no son mucho mejores.

Ante esta situación, el Aceite de Orujo de Oliva se ha posicionado como una opción de especial interés para el canal HORECA por su calidad, alto rendimiento en fritura y usos en repostería. Aunque este aceite de oliva no ha escapado a la tormenta perfecta, sigue siendo una de las opciones de mayor calidad dentro de una horquilla de precios razonable. “La sequía ha hecho mella en la producción y la actual campaña no llegará a las 90.000 toneladas, muy por debajo de la media de 130.000 toneladas de los últimos años” explica José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, ORIVA.

## COLABORACIÓN CON FACYRE

- **Objetivo:** posicionamiento en el canal HORECA.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** junio – diciembre de 2023.

En el ámbito de acciones dirigidas al canal HORECA, ORIVA ha iniciado este ejercicio una nueva colaboración con la **Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España, FACYRE**, entidad sin ánimo de lucro, dedicada a la promoción de la gastronomía con otras federaciones y asociaciones, organismos públicos a nivel nacional e internacional; buscando el crecimiento y reconocimiento del mundo gastronómico. Dicha colaboración se ha materializado en un **acuerdo de patrocinio** para acercar el Aceite de Orujo de Oliva a los profesionales de la restauración. En el marco de este acuerdo que se ha extendido de junio a diciembre, la imagen de ORIVA ha estado visible en los principales eventos organizados por la Federación, como el **Encuentro Nacional de Cocineros**, el **Certamen Nacional de Gastronomía** y los **Premios Cubi**, galardones que reconocen a las personas e instituciones que trabajan en favor de la gastronomía. En estos encuentros, FACYRE ha promovido el uso de Aceite de Orujo de Oliva, su conocimiento y divulgación a través de sus distintos canales de comunicación y perfiles sociales.



## COLABORACIÓN CON ASEMPAS

- **Objetivo:** posicionamiento en el canal HORECA.
- **Ámbito geográfico:** Madrid.
- **Fecha:** 15 de marzo de 2023.

Además de la colaboración con FACYRE, ORIVA ha ampliado sus acciones en el canal HORECA durante 2023 con el patrocinio de la sexta edición del concurso **“Las mejores torrijas de Madrid”** organizado por la **Asociación de Empresarios Artesanos del Sector de Pastelería y Panadería de la Comunidad de Madrid, ASEMPAS**. Celebrado en marzo en las instalaciones del Centro de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid, ha premiado tres categorías: torrija tradicional, de innovación y del mundo celiaco. En total se han presentado 23 preparaciones en las que los obradores participantes han tenido a su disposición Aceite de Orujo de Oliva. Las pastelerías han sido: Adolfo Lazcano, Canale, Cercadillo, Dulce Consetido, El Riojano, Gallofa & Co, La Oriental, La Rosa, Mallorca, Manacor, Mifer, Nunos, Paco Pastel, Sana Locura, Vanille y Viena Capellanes sumando un total de **60 establecimientos**.

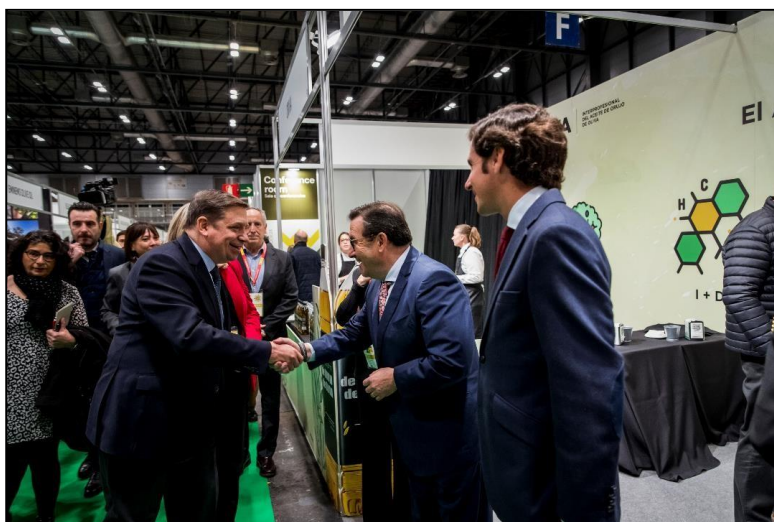


## REFUERZO DE MARCA

### WORLD OLIVE OIL EXHIBITION

- **Objetivo:** notoriedad y reconocimiento.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 7 y 8 de marzo de 2023.

Un año más, la Interprofesional ha participado en una de las ferias profesionales más destacadas del sector, la **World Olive Oil Exhibition (WOOE)**, encuentro que, en su décima edición, ha congregado a más de 300 empresas de 47 países y ha recibido cerca de 4.500 visitantes. El stand de ORIVA ha sido punto de encuentro y representación de uno de los actores esenciales en el mercado oleícola: el Aceite de Orujo de Oliva. Dentro de la agenda de la feria, ORIVA ha estado presente en el **programa científico** con la ponencia “Efectos en salud del Aceite de Orujo de Oliva” sobre la investigación realizada por las doctoras Laura Bravo Clemente, profesora de Investigación, y Raquel Mateos Briz, científica titular, ambas del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).



El stand de ORIVA ha sido punto de encuentro y representación de uno de los actores esenciales en el mercado oleícola: el Aceite de Orujo de Oliva. Dentro de la agenda de la feria, ORIVA ha estado presente en el **programa científico** con la ponencia “Efectos en salud del Aceite de Orujo de Oliva” sobre la investigación realizada por las doctoras Laura Bravo Clemente, profesora de Investigación, y Raquel Mateos Briz, científica titular, ambas del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

### EXPOLIVA

- **Objetivo:** notoriedad y reconocimiento.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 10 y 11 de mayo de 2023.

EXPOLIVA es la principal feria mundial para la promoción y el desarrollo del sector del olivar. Celebrada en Jaén los días 10 y 11 de mayo, ha sido la cita elegida por la Interprofesional para presentar la **primera certificación en sostenibilidad medioambiental** específica para la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva. José Luis Maestro Sánchez-Cano, presidente de ORIVA, y Julio Hermana García, director comercial de Bureau Veritas, han sido los encargados de contar el proyecto; junto con Pilar Ruiz-Rosas, consultora de marketing estratégico y responsable de la identidad visual del mismo.

ORIVA también ha participado en el **XXI Simposium Científico Técnico** organizado por la feria y que en esta edición ha puesto el foco de atención en la salud y la dieta mediterránea, con relevantes voces en el ámbito de la investigación científica. Entre ellas, la de Laura Bravo Clemente, profesora de investigación del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN), del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Tras su participación en el programa científico de la WOOE, la Investigadora ha compartido también en este *simposium* su ponencia “Efectos en salud del Aceite de Orujo de Oliva”. Por otra parte, la participación en la feria se ha difundido tanto con acciones de gabinete de prensa, como con la contratación de publicidad en el especial editado por **Diario de Jaén**.



## PREMIOS ORIVA DE COMUNICACIÓN

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:**
  - Quinta edición: campaña 2022/2023
  - Sexta edición: campaña 2023/2024



### Los Premios ORIVA de Comunicación

son unos galardones que premian los mejores trabajos periodísticos y divulgativos sobre Aceite de Orujo de Oliva y toda su cadena de valor. Constan de tres categorías (impresa, online y audiovisual), cada una dotada con 2.500 euros, y como novedad de la quinta edición, ORIVA ha incluido un **accésit de redes sociales**, con una dotación de 800 euros. El objetivo es impulsar el conocimiento del producto a través de trabajos que destaquen por el rigor, la objetividad y la claridad que definen la actividad periodística y divulgativa.

En 2023 se han entregado los **galardones de la Quinta Edición** y se ha convocado la **Sexta Edición**, dando continuidad a una iniciativa que progresivamente adquiere una mayor notoriedad entre los profesionales de la comunicación. El **acto de entrega de los V Premios ORIVA de Comunicación** se ha realizado el 2 de febrero de 2023 en el Palacio de Linares de Madrid, con la representación institucional del director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, José Miguel Herrero Velasco y con el vicepresidente de Medio Rural de la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha, Agapito Portillo Sánchez.

Los galardones han sido otorgados a los periodistas **Juan Ignacio Álvarez García** del diario económico El Economista; **César-Javier Palacios Palomar**, del diario 20minutos.es; y **Pablo Rodríguez Pinilla** de TeleToledo, en las categorías impresa, online y audiovisual, respectivamente. En esta ocasión, ha quedado desierta la categoría de accésit de redes sociales, al no reunir las candidaturas presentadas los parámetros de valoración requeridos en la convocatoria, según criterio del Jurado.



Bajo la presidencia de José Luis Maestro Sánchez-Cano, los V Premios ORIVA de Comunicación han contado con la labor como jurado de Isabel de la Fuente Freyre, jefe de Servicio en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Elisa Plumed Lucas, presidenta de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE); María García de la Fuente, presidenta de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA); Melania Bentué Ceresuela, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS); Higinio Martínez Gracia, CEO de Omnicom PR Group; Laura Bravo Clemente, profesora de investigación del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN-CSIC); Javier Sánchez Perona, científico titular del Instituto de la Grasa (IG-CSIC); Jaime Osta Gallego, vicepresidente de ORIVA y Alicia Vives Gutiérrez, directora general de ORIVA.

Finalizada la quinta edición, **ORIVA ha convocado la próxima entrega de los galardones**, cerrándose el plazo de presentación de candidaturas el 30 noviembre de 2023. Para facilitar e incentivar la participación, se ha implementado una **nueva página web de los Premios ORIVA de Comunicación**. La conformación del jurado se ha mantenido con dos cambios: Anabel Pascual Casas, directora de Comunicación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en sustitución de Isabel de la Fuente Freyre; y Alipio Gutiérrez Sánchez, secretario general de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), en sustitución de Melania Bentué Ceresuela.

Todos los integrantes han efectuado el 18 de diciembre la deliberación en torno a las 21 candidaturas recibidas en la presente edición. Los ganadores se darán a conocer en la ceremonia de entrega de premios, prevista el 15 de febrero de 2024.

### PATROCINIO DEL VI CURSO DE EXPERTO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** curso académico 2022/2023.



La **Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE)** y la **Universidad San Jorge de Zaragoza** han cumplido seis ediciones del **Curso de Experto Universitario en Comunicación Agroalimentaria (EUCAgro)**. Un título que apuesta por una comunicación agroalimentaria especializada y de calidad, del que ORIVA es patrocinador desde la segunda edición.



De esta manera, ORIVA ha vuelto a mostrar su apoyo por quinto año consecutivo mediante el **patrocinio del curso académico 2022/2023**. Los alumnos inscritos han podido participar de un viaje de prospección a Córdoba y Sevilla para conocer el proceso productivo del Aceite de Orujo de Oliva y han recibido una sesión online sobre la estrategia de comunicación de la Interprofesional, impartida por su directora general, Alicia Vives Gutiérrez. Asimismo, ORIVA ha asistido al acto de clausura celebrado el 22 de noviembre en el Salón de Actos de Banco Sabadell de Madrid.



## PATROCINIO DEL XV CONGRESO NACIONAL DE PERIODISMO AMBIENTAL

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 21 de noviembre de 2023.

La Interprofesional ha sido patrocinador del **XV Congreso Nacional de Periodismo Ambiental** organizado por la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA). El Congreso se ha celebrado los días 21 y 22 de noviembre en el Círculo de Bellas Artes de Madrid. Bajo el lema 'El agua cuenta', ha versado sobre diferentes temáticas relacionadas con los recursos hídricos, entre otras, el desarrollo costero y marítimo, los conflictos del agua, el modelo agroalimentario o los océanos. Una problemática, la de la sequía, que ha afectado especialmente al olivar, impactando en la producción de Aceite de Orujo de Oliva. Así lo ha explicado la directora general de ORIVA, Alicia Vives Gutiérrez, en la ponencia que ha compartido con los asistentes, dentro del **programa del congreso** bajo el título "Aceite de Orujo de Oliva, economía circular".

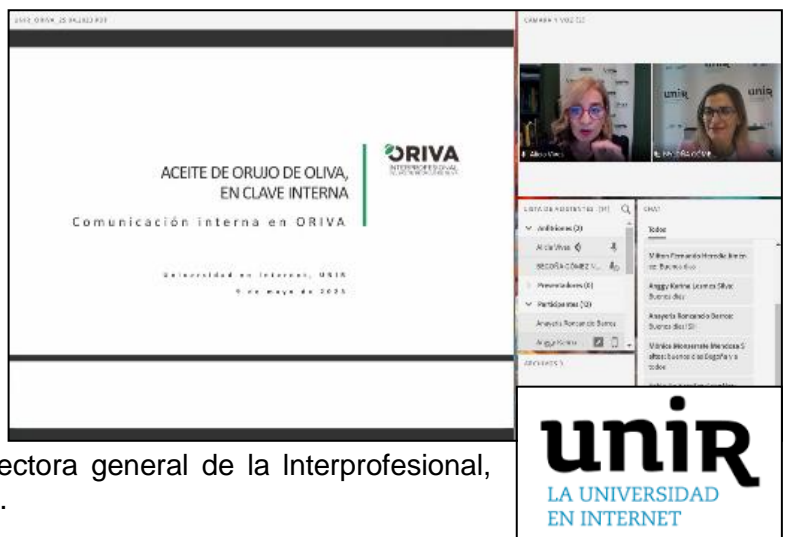


Como se amplía en otros apartados de la memoria, la colaboración con APIA se traslada también a dos becas de periodismo ambiental, los viajes de prospección, así como los Premios ORIVA de Comunicación, en los que la presidenta de la asociación es jurado.

## OTRAS COLABORACIONES PROFESIONALES

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

Tras la positiva experiencia de 2022, ha repetido colaboración con la **Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)** a través de la **ponencia** "Aceite de Orujo de Oliva, en clave interna". La sesión ha sido impartida *online* por la directora general de la Interprofesional, Alicia Vives Gutiérrez, el 9 de mayo.



Por otro lado, con **Juan Vilar Consultores Estratégicos** se ha llevado a cabo el informe "El sector de la elaboración del Aceite de Orujo de Oliva: contribuciones medioambientales, sociales y económicas de un alimento con origen en el olivar".

## VIAJES DE PROSPECCIÓN

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** Córdoba y Sevilla.
- **Fechas:**
  - 18, 19 y 20 de abril de 2023.
  - 27 de octubre de 2023.
  - 5 y 6 de noviembre de 2023.

ORIVA ha organizado durante 2023 **tres viajes de prospección** para dar a conocer el proceso de producción del Aceite de Orujo de Oliva. Una actividad en la que los participantes son testigos en primera persona del valor alimentario, socioeconómico y medioambiental del Aceite de Orujo de Oliva, de la mano de distintos expertos y especialistas.

### [Viaje anual de periodistas y divulgadores]

El primero de estos viajes ha convocado los días 18, 19 y 20 de abril a 18 periodistas, divulgadores y estudiantes del curso EUCAgro, promovido por la Asociación Española de Periodistas Agroalimentarios (APAE). La agenda de dos días de duración ha incluido visitas a las instalaciones de una extractora en Puente Genil (Córdoba), una refinadora en La Luisiana (Sevilla) y el Instituto de la Grasa del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, en Sevilla.



### [Viaje con estudiantes de la Escuela Profesional Vedruna]

El segundo viaje de prospección de 2023 se ha organizado para la **Escuela Profesional Vedruna de Sevilla**, con la participación de 50 estudiantes y tres docentes. En esta ocasión, el programa se ha titulado “**Conociendo el olivar y un complejo extractor**”, con la visita a unas instalaciones de tratamiento de alpeorujo ubicadas en Espejo (Córdoba). Para facilitar el aprendizaje a los alumnos, la Interprofesional también ha distribuido al centro material didáctico del sector orujero y sus conceptos claves tanto desde el punto de vista productivo, nutricional y medioambiental.



### [Viaje con expertos en nutrición]

El tercer y último viaje organizado en 2023 ha reunido a un grupo de ocho divulgadores expertos en tecnología de los alimentos, dietética y nutrición. Los participantes, que se encuentran entre los principales **influencers digitales en alimentación saludable** de nuestro país, han podido visitar una extractora, una refinadora y el Instituto de la Grasa-CSIC en Sevilla. Durante el mismo, han conocido en profundidad el proceso de obtención del Aceite de Orujo de Oliva, con especial atención a su composición y propiedades nutricionales.



### GABINETE DE PRENSA

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

ORIVA desarrolla de manera continuada acciones informativas que buscan contribuir al conocimiento y transparencia

de su actividad, así como a favorecer sus fines de investigación y promoción. Los medios de comunicación son esenciales como intermediarios relevantes y, conscientes de la importancia de un periodismo de calidad, la Interprofesional basa sus relaciones informativas en la **profesionalidad** y la **cercanía**. En este sentido, ORIVA ha dado respuesta en todo momento a las peticiones de información y portavoces, además de gestionar de manera proactiva temas de actualidad. Cabe destacar que este Ejercicio, dado el contexto de inflación, inestabilidad internacional y fuerte incremento en los precios de los aceites de oliva, la demanda de información en torno al producto y al sector ha sido mayor que en periodos anteriores. Así, se han gestionado ocho reportajes, 16 entrevistas y se han difundido siete notas de prensa, además de diez contenidos de actualidad en el blog.

Entre los principales hitos informativos del año se encuentra la rueda de prensa sobre el estudio **“Efectos en salud del Aceite de Orujo de Oliva”** celebrada el 19 de enero en la Residencia de Estudiantes de Madrid. También la presentación del **Sello de Sostenibilidad Medioambiental** realizada el 11 de mayo en el marco de EXPOLIVA. A estos hitos se suma el viaje de prospección organizado los días 18, 19 y 20 de abril con la asistencia de 18 profesionales y estudiantes de comunicación. Toda esta actividad se ha traducido en una cobertura informativa que ha superado los **1.000 impactos en medios de comunicación**.

#### LA VANGUARDIA

Oriva promueve el primer sello de sostenibilidad medioambiental para el Aceite de Orujo de Oliva

**EL PAÍS**  
 «La tecnología consigue el aprovechamiento integral del olivar tras 7.000 años de relación. Los azúcares convierten en energía, alimentos, plásticos, fertilizantes, cosméticos y medicinas el 80% de la aceituna que antes se desechaba»

#### EL ESPAÑOL

Este es el aceite del 'super' tan sano como el de oliva pero mucho más barato según el CSIC

**ECONOMÍA CIRCULAR**  
**Del olivo se aprovecha todo: los subproductos, el reto del sector**



#### HUFFPOST

El CSIC rompe el mito de los fritos con el aceite 'low cost'



El orujo gana terreno ante la escalada de precios del aceite de oliva



### FORMACIÓN

#### AULA ORIVA

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.



Aula ORIVA es la plataforma de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva que canaliza distintas actividades formativas relacionadas con el producto y el sector desde distintos ángulos y temáticas. Cada año, ORIVA diseña un programa en el que contempla actividades dirigidas primero al público interno, es decir, a todos los profesionales pagadores de la Extensión de Norma y a las distintas asociaciones que aglutina la Interprofesional; y, segundo, a otros públicos externos de interés para los fines de divulgación y conocimiento del Aceite de Orujo de Oliva.

#### [Formación interna: Webinars con especialistas]

Durante este ejercicio, se han organizado cinco *webinars* de formación interna. Con el fin de promover la mayor participación posible, ORIVA lleva a cabo una convocatoria generalizada e imparte las sesiones de manera telemática, salvando así las dificultades de la dispersión geográfica.

En concreto, estas son las cinco sesiones que han tenido lugar en 2023:

- **“Quién dice que un aceite es saludable”**, sesión con Juan Revenga Frauca celebrada el 16 de junio, con 30 asistentes.

- **“Aproximación a la Inteligencia Artificial”**, *webinar* con la colaboración de Pablo Haya, experto en Inteligencia Artificial y procesamiento de lenguaje, profesor de *Big Data* y Ciencia de Datos y responsable del grupo de *Social Business Analytics* en el Instituto de Ingeniería del Conocimiento. Celebrada el 5 de julio, con 25 participantes.
- **“Declaraciones en salud. Nutricionales vs Salud vs Gratuitas”**, formación impartida por Juan Revenga Frauca el 14 de julio, con 18 asistentes.
- **“La dieta mediterránea, una entelequia muy bonita”**, *webinar* realizado el 19 de octubre con 15 participantes e impartida por el divulgador Juan Revenga.
- **“Técnicas de venta online. Introducción a estrategias de e-commerce”**, sesión llevada a cabo el 19 de diciembre de la mano de Ricardo Palacios, experto en desarrollo de soluciones *e-commerce* y director de *Arka Software*.



**[Formación externa: Divulgación]**

La formación externa ha pivotado en torno a dos iniciativas puestas en marcha en 2022 y que han tenido continuidad durante este año.

- **“Al turrón, verdades y falsedades sobre alimentación”**, serie de tres vídeos sobre nutrición con contenido enfocado a los perfiles de *Youtube* e *Instagram*. Temática en torno a las grasas vegetales y hábitos de nutrición saludables. En concreto, en el ejercicio 2023, la temática de estas tres piezas visuales ha girado en torno a la dieta mediterránea, las proteínas y el ranking de aceite elaborado por el Instituto de la Grasa – CSIC.

- **“Diálogos ORIVA. Diálogos sobre aceites y nutrición”**, iniciativa divulgativa dirigida a estudiantes universitarios y de postgrado, así como a profesionales de la tecnología de los alimentos, la dietética y la nutrición. Juan Revenga Frauca y el investigador científico del CSIC, Javier Sánchez Perona, protagonizan un diálogo sobre la ciencia, la historia y los mitos de las grasas vegetales. Tras la buena acogida en 2022, tres nuevas entregas han tenido lugar este año. La primera presencial, celebrada el 24 de marzo en el **Centro de Formación Profesional Vedruna** de Sevilla, con 90 asistentes. Las otras dos *online*, con la **Asociación Nacional de Dietistas (ASNADI)** el 9 de mayo y 68 asistentes; y con la **Academia Española de Nutrición y Dietética (AEND)** el 19 de octubre y 175 asistentes. Ambas grabadas y accesibles en los repositorios de las asociaciones participantes.



## **PUBLICIDAD**

### **PLAN DE MEDIOS 2023**

- **Objetivo:** notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** mayo a diciembre de 2023.

En 2023 ORIVA ha lanzado la **campana de publicidad “Aceite de Orujo de Oliva, tu aliado en la cocina”**. La agencia Havas Media ha sido la encargada de su desarrollo y plasmación visual, así como de la contratación de los espacios para su difusión. La inversión se ha distribuido en tres soportes principales: medios sectoriales, soportes exteriores de gran formato y espacios especiales en televisiones autonómicas.

### **[Medios especializados]**

La campaña ha contado con un total de **18 inserciones** en las **cabeceras sectoriales** Agricultura, Almaceite, Mercacei, Oleo, Oleum Xauen, Olimerca, Vida Rural; los medios de **distribución** Alimentaria, Aral, Código 84, Indisa, Mercasa y Qcom.es; y las publicaciones de **HORECA**, Caterdata, Infohoreca, Restauración News y Tecni-food. También en este apartado se incluye la colaboración con la newsletter del portal de Gran Consumo **Canaldis**, con cuatro noticias remitidas en mayo, julio, septiembre y noviembre y banners de mayo a diciembre.

En **medios gastronómicos** cabe resaltar la colaboración con **Directo al Paladar**, donde la Interprofesional ha patrocinado cuatro recetas del espacio “La Cocina” conducido por Miguel Ayuso. Los vídeos publicados en julio, agosto, septiembre y octubre han logrado 302.000 impresiones y han superado las 9.200 interacciones.



Bajo la temática de las cualidades nutricionales y culinarias del Aceite de Orujo de Oliva, la planificación sectorial se ha completado hasta final de año con acciones de *branded content* en otros portales gastronómicos de referencia de este país como **El Cocinillas** (El Español) o **Alimento** (El Confidencial), así como en el dominical **El País Semanal** en el número especial de Navidad.

**[Exterior y gran formato]**

Una de las principales novedades del año ha sido la **campaña de exteriores** en soportes de gran formato durante el mes de mayo ubicados en las estaciones del AVE de A Coruña, Barcelona, Madrid, Málaga, Sevilla, Valladolid y Valencia. La campaña también se ha difundido en un circuito de mupis de Metro de Madrid y ha circulado por la ciudad en tres céntricas líneas de autobús (Líneas 1, 150 y Circular C1).



**[Radio y Televisión]**

Para la difusión televisiva del Plan de Medios del ejercicio 2023 y bajo un guion que ha resalta- do las cualidades en cocina del Aceite de Orujo de Oliva, se ha optado por **12 momentos in- ternos en cuatro canales autonómicos** dentro de los programas “La Tarde, aquí y ahora” de Canal Sur TV; “En compañía” de Castilla-La Mancha TV; “El Tiempo 1” de Canal Extremadura y “El Tiempo 1” de Telemadrid, con una audiencia potencial de más de 430.000 espectadores.



ORIVA también ha vuelto en 2023 a las ondas con el **patrocinio de diez programas de “Paralelo 20”** de Radio Marca, dentro de la sección de cocina de María Jiménez Latorre, chef embajadora de ORIVA, emitidos entre los domingos 7 de mayo y 9 de julio.

**[Inserciones puntuales]**

Por otra parte, y de manera independiente a este Plan, y teniendo en cuenta la actualidad y la coyuntura, se han planificado **inserciones puntuales** en publicaciones como el **Diario de Jaén** con motivo de EXPOLIVA 2023; la revista **La Tierra** de la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA), coincidiendo con su 40º aniversario; o **Agronegocios** para su especial sobre Interprofesionales agroalimentarias. También se han realizado dos reportajes en la sección especializada en agroalimentación de la agencia EFE, **EFEEAgro**, cuyo boletín ha incluido el logotipo de ORIVA en su cabecera en el mes de agosto.

**COMUNICACIÓN INTERNA**

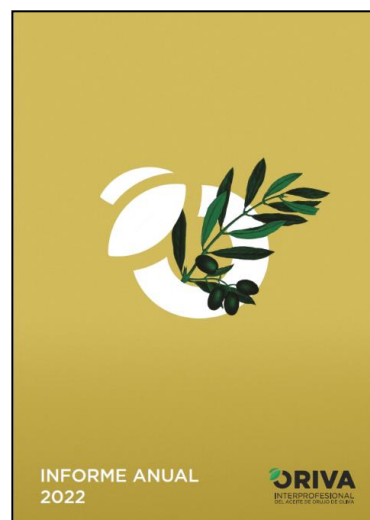
**ORIVA NEWS**

- **Objetivo:** informar y fomentar la unión del sector.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

Uno de los puntos esenciales de la Interprofesional es la **unión de toda la cadena de valor** del Aceite de Orujo de Oliva. Por eso, ese compromiso común se fomenta con un importante esfuerzo en la comunicación interna, con diversas técnicas y recursos que buscan la información oportuna y permanente a todas las asociaciones representadas y a los pagadores de Extensión de Norma. Una de las principales herramientas es el **boletín ORIVA News**, que permite a sus destinatarios seguir toda la actualidad de la Interprofesional y del que se han difundido un total de **16 números durante 2023**. Hay que añadir que en este Ejercicio se ha rediseñado el boletín y ello ha posibilitado una mayor legibilidad y mejorar la tasa de apertura, situada en un 28,5%, frente al 20% del año 2022.

Reuniones periódicas, grupos de trabajo, circulares, correos electrónicos, aplicaciones móviles y comunicación telefónica son otros canales habituales para garantizar una interacción fluida y eficaz para el desarrollo de la comunicación interna de ORIVA. Del mismo modo, periódicamente se presentan informes y otros documentos de análisis que favorecen la transparencia y la participación, así como la realización de encuestas, a través de un software de administración de encuestas en la red, sobre determinados temas de interés para el sector orujero.

En cifras, se han celebrado **cuatro juntas directivas, tres asambleas generales**, cuatro reuniones del Grupo de Gestión Permanente (GGP) de I+D y cinco del Grupo de Gestión Permanente (GGP) de Comunicación. En cuanto a comunicaciones internas remitidas, ORIVA ha enviado 35 comunicaciones a los pagadores de la Extensión de Norma de la Interprofesional y sus organizaciones miembro; 21 a la Junta Directiva; 23 al GGP de I+D y 29 al GGP de Comunicación. (Se adjunta en ANEXO II, el listado de temática y fechas de las comunicaciones enviadas).



En este apartado, también cabe mencionar la edición de la memoria anual “**Informe anual 2022**” enviado en formato digital e impreso a todos los miembros del sector que están dentro de la Extensión de Norma.

### COMUNICACIÓN DE CRISIS

- **Objetivo:** reforzar la unión y el conocimiento del sector.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

Dentro de su estrategia de comunicación interna, ORIVA ha continuado con el **proyecto de comunicación de crisis** iniciado en 2022. Así, tras el Manual de Crisis elaborado el pasado año, durante este ejercicio el acento se ha puesto en su conocimiento y puesta en práctica. El objetivo es contar con una preparación básica en esta materia, haciendo así un ejercicio de diagnóstico, prevención y respuesta ante posibles riesgos o crisis reputacionales.

En este marco, el 12 de abril se ha organizado (a través de invitación digital a todos los pagadores de Extensión de Norma y sus organizaciones miembro) una formación *in situ* de comunicación en situaciones de crisis que ha congregado a 36 asistentes. Ha constado de una dinámica grupal y también se han facilitado tiempos de asesoría individualizada. Para ello se ha contado con la colaboración de la periodista y consultora Susana Roza.



### DIGITAL

#### REDES SOCIALES

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

ORIVA tiene presencia en las principales redes sociales: **Facebook, X (Twitter), Instagram, LinkedIn, Tik Tok y YouTube**. Durante 2023 se ha mantenido una línea de creación de contenidos adaptada a las características de cada plataforma con más de 575 publicaciones. La estrategia de contenidos ha sido uno de los factores que ha favorecido el crecimiento de seguidores superando los 14.600, de los cuales más de 5.300 son nuevos.

Un año más, destaca la **positiva evolución experimentada por Instagram**, que representa casi 2.600 de los nuevos seguidores y donde los videos compartidos han superado los 6,4 millones de reproducciones orgánicas. Crecen también en más de 1.000 los nuevos seguidores en Facebook, plataforma con un alcance superior a los 508.640 usuarios.

Por su parte, **X y LinkedIn canalizan los temas sectoriales y profesionales** y también han registrado indicadores positivos, como las más de 50.000 y 89.000 impresiones orgánicas obtenidas respectivamente.

En cuanto a **Tik Tok**, se ha impulsado un **nuevo plan de contenidos** aprovechando los generados por los embajadores digitales de ORIVA y con la producción de otros propios, como una serie de cinco vídeos. Se trata de píldoras breves y de enfoque divulgativo que permiten explicar de manera visual y sencilla conceptos e ideas básicas sobre el Aceite de Orujo de Oliva.



Como resultado, se han conseguido más de 1.200 seguidores, 294.130 reproducciones y cerca de 7.000 interacciones.

Por último, **YouTube** hace accesible toda la producción audiovisual de ORIVA y, durante este Ejercicio, se ha actualizado con 29 publicaciones, tanto de tipo corporativo, como gastronómico (recetas con Aceite de Orujo de Oliva). Un canal que, de manera orgánica, ha conseguido superar las 160.900 reproducciones en 2023.

La siguiente tabla recoge los principales indicadores del año 2023 en los diferentes perfiles sociales de ORIVA:

	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	LINKEDIN	X	YOUTUBE
<b>Seguidores</b>	6.337	5.376	1.224	631	74	992
<b>Publicaciones</b>	176	72	33	46	219	29
<b>Alcance</b>	508.642	3.824.712	-	-	-	-
<b>Impresiones</b>	-	-	-	89.449	50.612	
<b>Reproducciones</b>	-	6.445.178	294.132	-	-	160.911
<b>Interacciones</b>	27.160	351.835	6.928	5.175	1.123	-

### CONTENIDOS AUDIOVISUALES

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

ORIVA ha continuado primando la producción de contenidos audiovisuales tanto por su valor divulgativo como por su impacto estético. En esta línea, ha apostado por la imagen de producto; la producción de recursos creativos y la cobertura gráfica de acciones destacadas.

#### [Sesión de fotos gastro]

En 2023 se ha llevado a cabo una nueva **sesión fotográfica** con más de 700 imágenes y una gran variedad de clips de vídeo para redes sociales. En una única jornada, la embajadora digital de ORIVA, Laura López Mon, ha cocinado hasta 13 platos diferentes que ilustran la versatilidad del producto con usos en fritura, salsas, guisos y postres.



#### [Cobertura gráfica]

ORIVA ha documentado con reportajes de video y fotografía los principales hitos de investigación y promoción acontecidos en 2023. Así, el archivo gráfico de la Interprofesional se ha enriquecido con la cobertura de video y fotografía de las siguientes acciones: presentación del estudio científico de salud cardiovascular; presentación del sello de sostenibilidad medioambiental; “El Duelo” en escuelas de hostelería; los Premios ORIVA de Comunicación y la WOOE.

## [Diseño y creatividades]

Con el objetivo de contar con **recursos visuales** que ayuden a explicar el producto y el sector, así como a difundir la actividad de la Interprofesional, se han generado de manera continuada plantillas, infografías, videos y otras creatividades para los canales y contenidos. Entre otros formatos, **seis infografías** sobre los conceptos básicos del Aceite de Orujo de Oliva (obtención, tipos de aceite del olivar y clasificación nutricional de aceites) y **tres vídeos** de 30 segundos con el contenido más destacado del canal de YouTube.



## SORTEOS DE PRODUCTO

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

Para acercar el producto a los seguidores de la comunidad digital de ORIVA, se han realizado **seis sorteos de producto** en redes sociales. Dos se han llevado a cabo en Facebook en junio y noviembre; tres en Instagram en septiembre, octubre y noviembre; y uno en Tik Tok en septiembre. Los sorteos han contado con una campaña de pago para su dinamización, consiguiendo **30.940 interacciones** (20.892 pagadas) y **1.500 seguidores nuevos**.

## CAMPAÑAS PAID

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

A lo largo de 2023 se ha planificado y ejecutado un plan de **campañas de pago** para amplificar la difusión de determinados contenidos y optimizar el impacto en segmentos concretos. De esta manera se ha impulsado la visualización de los siguientes contenidos:

- Contenido gastronómico promocionando la visualización de 14 video-recetas con Aceite de Orujo de Oliva como elemento clave.
- Contenido divulgativo promocionando 10 vídeos de carácter divulgativo sobre el Aceite de Orujo de Oliva.
- Contenido para promover la participación tanto en los premios ORIVA de Comunicación como de los diferentes sorteos.
- Contenido de carácter divulgativo con la serie “Al Turrón” con el nutricionista Juan Revenga.

## MARKETING DE INFLUENCIA

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.



ORIVA colabora con distintos perfiles profesionales vinculados al mundo de la nutrición y la gastronomía, que ejercen de embajadores digitales del Aceite de Orujo de Oliva en el entorno digital.

### [Laura López Mon]

La **influencer gastronómica Laura López Mon** ha culminado en este Ejercicio tres años de colaboración con ORIVA. La presente colaboración incluye un total de **54 recetas con Aceite de Orujo de Oliva** en sus perfiles sociales, cuya publicación se ha iniciado en marzo de 2023 y culminará en marzo de 2024. De las recetas publicadas durante este año, 26 se han compartido también en los perfiles de ORIVA de Tik Tok, Facebook, YouTube Shorts y post publicados en el recetario de la web de ORIVA.

### [Siempre Hambriento]

En 2023, ORIVA ha renovado la colaboración con el **tiktokero e instagramer David García**, conocido en redes sociales como Siempre Hambriento. En el marco de esta colaboración, se ha incluido la realización de **20 video-recetas** de marzo de 2023 a febrero de 2024. Las publicaciones que ha compartido durante el año han alcanzado a más de 1,2 millones de usuarios, superando las 56.100 interacciones.

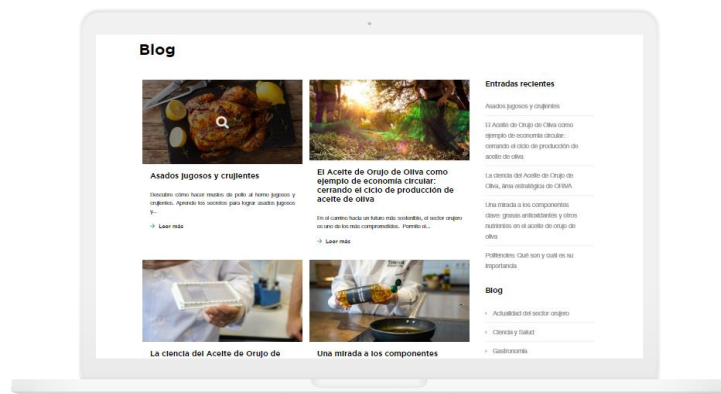
### [Juan Revenga Frauca]

La colaboración con el dietista-nutricionista Juan Revenga Frauca ha cumplido en 2023 su quinto año, convirtiéndose en uno de los prescriptores más relevantes del Aceite de Orujo de Oliva. Junto a acciones formativas y de asesoría estratégica, el colaborador ha vuelto a estar presente en el entorno digital de ORIVA, con la tercera temporada de **“Al turrón, verdades y falsedades sobre alimentación”** dando continuidad a esta colección de videos que busca dar respuesta a cuestiones habituales sobre nutrición. Asimismo, ha sido el encargado de un nuevo proyecto titulado **“Consejos para comer mejor”** que ha supuesto la producción de ocho videos cortos con recomendaciones para una alimentación saludable.

## ENTORNO WEB

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional e internacional.
- **Fecha:** 2023.

La web de ORIVA, en sus versiones en español e inglés, es uno de los principales canales de comunicación de la Interprofesional, en continuo proceso de optimización y mejora. Dentro de la estrategia de posicionamiento orgánico, durante 2023 se han



acometido una serie de mejoras que han comprendido el análisis general del dominio de la web; la resolución de errores en rastreo e indexación o la evaluación de la arquitectura y estructura internas, entre otras actuaciones.

Dentro de las tareas semánticas, los esfuerzos se han centrado en las tendencias de palabras clave y búsquedas de los usuarios, así como en la redacción de contenidos SEO. La optimización de contenidos orientados al SEO ha tenido su principal reflejo en el blog de ORIVA con **17 entradas de temas sectoriales y 26 publicaciones de nuevas recetas.**

Este trabajo de optimización y la continuada actualización han favorecido un positivo desempeño del canal según recogen las estadísticas de *Google Analytics*. Así, en este ejercicio 2023 se ha llegado a cerca de **127.800 usuarios, lo que supone un crecimiento del 263,8%**, de los que 126.700 son nuevos. Aumenta también en un 262,9% el número de sesiones, superando las 151.170.

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

### **BECAS DE PERIODISMO MEDIOAMBIENTAL**

- **Objetivo:** compromiso social.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2023.

ORIVA ha establecido un acuerdo de colaboración con la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) para la realización de **dos becas de periodismo ambiental** en medios de comunicación por un periodo de 6 meses y una dotación mensual de 600 euros. Una iniciativa con la que ORIVA canaliza el compromiso del sector con la sostenibilidad, la economía circular y el residuo cero. En concreto se han establecido becas con las agencias **EFE y Europa Press**, por las que dos estudiantes en prácticas han tenido la oportunidad de adentrarse en el mundo de las redacciones periodísticas en dos empresas informativas de primer nivel, además de iniciar su especialización en comunicación medioambiental, de la mano de los profesionales de ambas agencias.

