

INFORME ANUAL 2025



 **ORIVA**
INTERPROFESIONAL
DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

ÍNDICE

01 CARTA DEL
PRESIDENTE
P—4

02 PANORÁMICA DEL
SECTOR
P—6

03 INTERPROFESIONAL DEL ACEITE
DE ORUJO DE OLIVA
P—12

04 ACTIVIDAD
P—16

05 ORIVA
EN CIFRAS
P—34

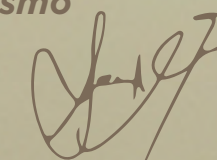


Carta del presidente

José Luis Maestro
Sánchez-Cano

Presidente de ORIVA

«Diez años de trabajo conjunto en los que el sector ha seguido demostrando la importancia de trabajar unidos bajo un mismo objetivo».




2025 ha sido un año especialmente significativo para ORIVA, en el que se ha celebrado el **décimo aniversario de la Interprofesional**. Diez años de trabajo conjunto en los que el sector ha seguido demostrando la importancia de trabajar unidos bajo un mismo objetivo: poner en valor un producto único, profundamente ligado al olivar y esencial para la sostenibilidad y el aprovechamiento eficiente de sus recursos.

A lo largo de esta década, ORIVA ha impulsado de forma decidida la investigación, la divulgación y el conocimiento del Aceite de Orujo de Oliva. En concreto, durante este año hemos seguido reforzando la colaboración con el **CSIC en materia de investigación**, para ayudar a posicionar el producto en el lugar que le corresponde en las cocinas profesionales y en los hogares de nuestro país.

Además, las cifras de la última campaña 2024/2025 reflejan la resiliencia y el dinamismo de nuestro sector. En un entorno marcado por los desafíos del mercado interior, la capacidad de adaptación ha sido clave. Con la vuelta a la normalidad en lo que a producción y a precios se refiere, y con una producción media y una bajada de precios consecuente a la oferta generalizada, se han producido más de **125 mil toneladas** de Aceite de Orujo de Oliva crudo, según datos de ANEO. Pese a la bajada generalizada de los precios en el mercado interior, **las ventas de Aceite de Orujo de Oliva envasado superaron las 20 mil toneladas**, siendo la segunda mejor campaña del periodo 2020/2021-2024/2025, según datos de ANIERAC.

Estos datos evidencian no solo la fortaleza del sector, sino también su vocación internacional y su potencial de crecimiento.

En este contexto, 2025 se ha configurado como un año de continuidad y constancia en nuestras principales líneas de actuación. Hemos continuado llevando a cabo una intensa actividad marcada por acciones como los **programas formativos en escuelas de hostelería**, la participación en la **World Olive Oil Exhibition (WOOE)** o la celebración de una nueva edición de los ya tradicionales **Premios ORIVA de Comunicación**, entre otras iniciativas. Todo ello, con la firme voluntad de seguir impulsando la promoción, la comunicación y la puesta en valor del Aceite de Orujo de Oliva, fortaleciendo la unión de todos los eslabones de la cadena y proyectando juntos un futuro de crecimiento y reconocimiento.

Diez años después, seguimos avanzando con la convicción de que el trabajo compartido es la base para construir el futuro. Nuestro compromiso permanece intacto: trabajar con esfuerzo, dedicación y constancia para reforzar la presencia del Aceite de Orujo de Oliva en el mercado, apoyar a todos los agentes del sector y continuar impulsando un producto único, sostenible y de calidad.

Desde ORIVA miramos al futuro con ilusión y determinación. Porque si algo hemos aprendido durante este año y también durante esta década, es que, cuando el sector camina unido, es capaz de transformar los retos en oportunidades y de seguir creciendo con paso firme.



Panorámica del sector

El Aceite de Orujo de Oliva se erige como punta de lanza del sector orujero, pieza esencial de la actividad oleícola en nuestro país. Con implicaciones alimentarias, económicas, sociales y medioambientales, se configura y estructura un sector imprescindible e indispensable del olivar.



VALOR NUTRICIONAL

El Aceite de Orujo de Oliva es un **pilar estratégico dentro de la cadena de valor del olivar español** y un ejemplo de aprovechamiento integral de la aceituna, que se obtiene a partir del alpeorujo compuesto de agua, piel, pulpa y hueso de la aceituna.

Desde el punto de vista **normativo**, se trata de una de las cuatro categorías comerciales reconocidas por la Unión Europea, según el Reglamento CE 1019/2002, lo que garantiza un marco de garantía para su comercialización y uso alimentario.

Desde el punto de vista **nutricional**, el Aceite de Orujo de Oliva destaca por su alto contenido en ácido oleico (hasta un 80%), así como por su riqueza en compuestos bioactivos saludables como el escualeno, los esteroides y distintos alcoholes triterpénicos y alifáticos. Esta composición le confiere propiedades vinculadas al mantenimiento de la salud cardiovascular, la resistencia oxidativa y la estabilidad térmica.

En el ámbito **científico y tecnológico**, ORIVA ha consolidado una sólida base de conocimiento gracias a la colaboración con centros de referencia como el Instituto de la Grasa (IG) y el Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Nutrición (ICTAN), ambos del CSIC. Las investigaciones desarrolladas han permitido profundizar en las propiedades y aplicaciones del Aceite de Orujo de Oliva, reforzando su posicionamiento como un ingrediente versátil e innovador para la alimentación y la industria alimentaria.

Los estudios realizados han demostrado su excelente comportamiento en fritura, tanto en el ámbito doméstico como industrial, así como la elevada estabilidad de sus compuestos bioactivos incluso en procesos térmicos exigentes. Además, distintos estudios de intervención nutricional han observado efectos positivos sobre parámetros cardiometabólicos, tanto en población general como en grupos de riesgo. A ello se suma su versatilidad tecnológica y sensorial en productos de repostería y masas horneadas, como margarinas, tortas y magdalenas, ampliando sus posibilidades de aplicación en la industria alimentaria. Todo ello refuerza el valor del Aceite de Orujo de Oliva como una alternativa alineada con las nuevas demandas de calidad, innovación y sostenibilidad.

Desde el punto de vista **culinario**, mantiene su fortaleza en fritura, donde ofrece una combinación diferencial de resistencia, estabilidad y rentabilidad. Su sabor neutro, versatilidad y comportamiento técnico lo hacen cada vez más presente en nuevos formatos, adaptado tanto a las necesidades del canal HORECA como del consumidor doméstico.

Por último, el Aceite de Orujo de Oliva también es un ejemplo de sostenibilidad aplicada que permite valorizar más del 80% del volumen de la aceituna tras la primera extracción, transformando lo que de otro modo sería un subproducto en un aceite de alto valor añadido y contribuyendo a un modelo más eficiente y sostenible para el conjunto del sistema oleícola español.

VALOR SOCIOECONÓMICO

El sector del Aceite de Orujo de Oliva desempeña un papel clave dentro de la cadena de valor del olivar español, con una contribución decisiva al desarrollo económico de las zonas rurales.

Durante la campaña 2024/2025, el tejido industrial declarado a ORIVA ha estado conformado por **48 centros orujeros o extractoras, 12 centros refinadores o refinerías, 3 operadores con instalación propia y 3 operadores sin instalación**. Esta red se concentra principalmente en Andalucía, pero también presenta una presencia relevante en Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura y Navarra, desplegada mayoritariamente en municipios rurales o semiurbanos.

Su ubicación estratégica refuerza el papel de la industria agroalimentaria como motor económico en territorios con menor densidad poblacional. El procesamiento del alpeorujo mantiene una operatividad continua a lo largo del año, lo que permite generar empleo estable y de calidad. Esto contribuye a fijar población en el medio rural, garantizar rentas y reducir la vulnerabilidad socioeconómica de los territorios olivareros. En términos de empleo, el sector

mantiene en 2025 las cifras del ejercicio anterior, con un total de **18.000 puestos de trabajo**, de los cuales 3.000 son directos y 15.000 indirectos.

En conjunto, el Aceite de Orujo de Oliva aporta no solo valor económico y empleo, sino también sostenibilidad, eficiencia y cohesión territorial, configurándose como un activo estratégico para el conjunto del sistema oleícola español.



Producción y facturación



125.292 toneladas

La campaña 2024/2025 ha supuesto una vuelta a la normalidad en lo que a producción y precios se refiere, con una producción media y una bajada de precios consecuente a la oferta generalizada. En concreto, la producción ha sido de **125.292 toneladas**, situándose la media de las últimas 5 campañas en 120.414 toneladas.

Aunque la producción de Aceite de Orujo de Oliva y biomasa ha sido mayor que en la anterior campaña,

el desplome generalizado de los precios ha provocado una caída de la facturación con respecto a la anterior. Así la facturación total del sector, comercialización de los aceites de orujo y las biomosas, asciende de forma conjunta a unos 647,87 millones de euros, de los cuales **587,8 millones de euros** provienen de la venta del Aceite de Orujo de Oliva y 60,03 millones de euros de la venta de las biomosas.

CAMPAÑA	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Producción AOOC	131.478	132.895	99.430	112.974	125.292

Datos en toneladas, AOOC: Aceite de Orujo de Oliva Crudo. Fuente: AICA, Agencia de Información y Control Alimentario.

Mercado interior

20.931 toneladas

Durante esta campaña, las ventas de Aceite de Orujo de Oliva (AOO) envasado registradas por los socios de ANIERAC han alcanzado las **20.931 toneladas**. Aunque esta cifra supone un ajuste respecto al máximo histórico de la campaña anterior, marcada por un comportamiento excepcional del mercado, el dato consolida al Aceite de Orujo de Oliva en niveles superiores a la

mayoría de campañas de los últimos cinco años.

De hecho, la campaña 2024/2025 se sitúa como la segunda mejor del periodo 2020/2021-2024/2025 y supera la media quinquenal, confirmando la solidez y estabilidad de la categoría en un contexto de mayor disponibilidad de aceites de oliva y de normalización de precios.

CAMPAÑA	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Ventas ANIERAC de AOO envasado	14.333	18.240	19.180	27.912	20.931

Dato en toneladas, AOO: Aceite de Orujo de Oliva. Fuente: Asociación Nacional Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles, ANIERAC



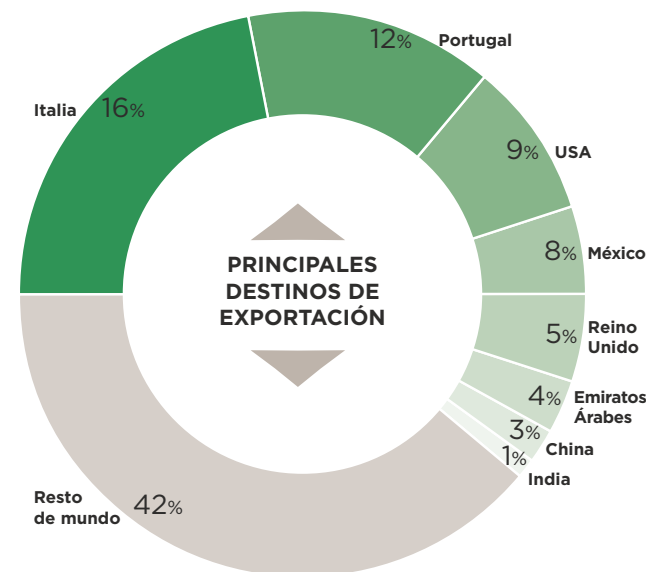
Mercado exterior

105.163 toneladas

En el mercado internacional, las exportaciones han superado las **105.163 toneladas**, lo que confirma una recuperación sostenida respecto a las dos campañas anteriores y refuerza la presencia internacional de la categoría.

Al mismo tiempo, las importaciones han continuado descendiendo, prolongando la tendencia a la baja registrada en los últimos años. Como resultado, el saldo comercial volvió a ser claramente positivo y mejoró respecto a campañas anteriores, reflejando un mayor peso de las ventas al exterior y una posición más sólida del Aceite de Orujo de Oliva en los mercados internacionales.

En cuanto a los principales destinos de exportación, destacan Italia (16%) y Portugal (12%), seguidos de Estados Unidos (9%). México (8%) se consolida como cuarto mercado, y Reino Unido (5%) ocupa la quinta posición. Estos cinco destinos concentran el 50% del total exportado, mostrando una estructura de mercados principales claramente definida.



CAMPAÑA	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Exportación	122.298	122.720	95.841	104.660	105.163
Importación	104.660	75.839	74.069	70.489	65.887

Datos en toneladas. Fuente: DataComex y ANEO.



VALOR MEDIOAMBIENTAL

El Aceite de Orujo de Oliva es uno de los mejores ejemplos de economía circular del sistema agroalimentario español. A partir del alpeorujo, la industria orujera aprovecha íntegramente la materia prima para obtener aceites comestibles, biocombustibles, energía térmica, alimentación animal, fertilizantes y compuestos bioactivos de alto valor.

Este modelo permite **transformar el 100 % del alpeorujo u orujo graso húmedo** generado por las

Aplicaciones energéticas: biomasa del olivar

El **orujillo y el hueso de aceituna** son los principales subproductos con uso energético. El primero se emplea mayoritariamente en calderas industriales, tanto en extractoras como en refinerías, mientras que el segundo -por su elevado poder calorífico y bajo contenido en cenizas- se ha consolidado como un biocombustible renovable muy demandado, especialmente en el ámbito doméstico y de pequeña industria.

Aplicaciones medioambientales agronómicas

Además de su destino principal, que es la obtención de Aceite de Orujo de Oliva a partir del orujo graso húmedo, este subproducto presenta aprovechamientos complementarios de carácter minoritario. Entre ellos, destaca su valorización energética y su utilización para la obtención de **materias primas destinadas a alimentación animal**, especialmente pulpa de aceituna, apreciada por su perfil nutricional. En los últimos años, la producción media anual se ha situado en torno a las 95.000 toneladas. Asimismo, del tratamiento del orujillo se obtienen **compost, cenizas y fertilizantes orgánicos**, que permiten devolver nutrientes al suelo, reforzando así el modelo de economía circular y favoreciendo el cierre del ciclo agronómico del olivar.



almazaras, evitando acumulaciones o vertidos y garantizando la trazabilidad ambiental del proceso.

En cifras, durante la campaña 2024/2025 y según datos preliminares de la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva (ANEO) y de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA), se han valorizado aproximadamente **5,4 millones de toneladas de alpeorujo** u orujo graso húmedo.

Durante la campaña 2024/2025, la producción estimada ha sido de:

- **Orujillo:** 1.331.302 toneladas
 - Autoconsumo: 247.505 toneladas
 - Comercialización: 1.055.152 toneladas
- **Hueso de aceituna:** 408.837 toneladas
 - Autoconsumo: 102.209 toneladas
 - Comercialización: 306.628 toneladas

Aplicaciones sanitarias y bioactivas

El sector también desarrolla líneas de aprovechamiento de compuestos de alto valor, como los **polifenoles presentes en el alpeorujo**, entre ellos el **hidroxitirosol**, con aplicaciones en la **industria farmacéutica, cosmética y nutracéutica**.

El extracto de hidroxitirosol, obtenido por procesos de extracción y purificación, se comercializa en forma de complementos alimenticios, como ingrediente funcional en cosmética natural y en fórmulas farmacológicas, reforzando el posicionamiento del Aceite de Orujo de Oliva y sus derivados como productos asociados a la **innovación, salud y sostenibilidad**.



PERSPECTIVAS DE FUTURO

A comienzos de 2026, el sector del Aceite de Orujo de Oliva opera en un contexto marcado por la incertidumbre global, el impacto del cambio climático y la evolución del marco regulatorio europeo. Las tensiones geopolíticas, la volatilidad energética y logística y la posibilidad de nuevas políticas proteccionistas siguen condicionando un sector con una importante vocación exportadora.

Al mismo tiempo, los fenómenos climáticos extremos están afectando a la producción y transformación de la aceituna, incrementando la presión sobre toda la cadena de valor del olivar y dificultando la planificación industrial.

En paralelo, el marco regulatorio europeo sigue evolucionando en torno a los aceites minerales (MOH), y especialmente a las fracciones MOSH (hidrocarburos saturados) y MOAH (hidrocarburos aromáticos), un escenario todavía pendiente de armonización normativa en la Unión Europea. Ante esta situación, ORIVA ha reforzado su **colaboración científica, la vigilancia regulatoria y la comunicación sectorial** para aportar seguridad, transparencia y confianza.

Pese a este entorno complejo, el sector mantiene una posición activa y estratégica, apoyada en la innovación, la sostenibilidad y el aprovechamiento integral del olivar como pilares de futuro.



Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva

LA UNIÓN DEL SECTOR ORUJERO

ORIVA, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, continúa consolidándose como una herramienta clave para la vertebración del sector y la promoción de un modelo productivo innovador, eficiente y sostenible. Constituida el 7 de mayo de 2015 y reconocida oficialmente el 7 de enero de 2016 mediante la Orden AAA/2894/2015, de 21 de diciembre (BOE), la Interprofesional ha alcanzado en 2025 una etapa de madurez institucional y operativa.

Durante este ejercicio, ha dado continuidad a su hoja de ruta bajo el marco de la tercera Extensión de Norma, regulada por la Orden APA/679/2024, de 24 de junio, que permite financiar actividades de promo-

ción del Aceite de Orujo de Oliva, mejorar el conocimiento del mercado y desarrollar programas de I+D+i a lo largo de las campañas 2024/2025 a 2028/2029. La entrada en vigor de esta nueva etapa ha marcado el inicio de un ciclo de renovación estratégica y técnica para la organización.

ORIVA está compuesta por **cinco asociaciones** que representan la parte Productora y la parte de Transformación y Comercio de la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva.

La organización, por tanto, se concreta de la siguiente manera:

Rama comercializadora

Rama 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.

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 91% 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). Las 59 empresas que la integran se sitúan entre los principales operadores del mercado interior y concentran la mayor parte de la comercialización de Aceite de Orujo de Oliva envasado en España.

ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceite de Orujo de Oliva). Agrupa a 28 empresas exportadoras de Aceite de Orujo de Oliva, centradas en los mercados internacionales y en su comercialización exterior.

Órganos de Gobierno

El modelo de gobernanza de ORIVA se basa en dos órganos principales: la Asamblea General y la Junta Directiva. Durante 2025, la Junta Directiva ha mantenido su funcionamiento regular, articulando las decisiones estratégicas y el seguimiento de los proyectos y está integrada por 16 representantes designados por las asociaciones miembro, junto a la dirección general.

La Junta Directiva de ORIVA se compone de:

JUNTA DIRECTIVA:

- 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 Acevedo.
- Antonio Román Eslava.
- Miguel Sánchez-Ocaña Fernández.
- Rafael Sánchez de Puerta Díaz.
- Gaspar Vañó Fernández.
- Manuel Villén Otero.

DIRECTORA GENERAL:

- Alicia Vives Gutiérrez.



Representatividad

ORIVA articula su representatividad sobre una estructura equilibrada, basada en el principio de corresponsabilidad de todos los agentes de la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva. La composición está definida en la Extensión de Norma vigente, aprobada por la Junta Directiva y ratificada por la Asamblea General, y se apoya en los baremos de representatividad acordados por las asociaciones miembro en Junta General y ratificados en Asamblea General.

La organización se divide en dos ramas operativas:

- 1. Rama de la producción:** medida en función de las toneladas de aceite de orujo crudo producidas.
- 2. Rama de la industria:** medida en función de las toneladas de aceite de orujo crudo que entran en refinería.

Rama productora	50%	Rama de transformación y comercio	50%
ANEO (orujeiras)	42%	ANEO (refinerías)	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.

ORIVA articula su actividad en dos áreas de trabajo, I+D y Comunicación, con el fin de reforzar 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 empaquetados, entre otros) y entre los consumidores.





Actividad



INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

La Investigación y el Desarrollo (I+D) constituyen uno de los pilares de trabajo de ORIVA para sostener, con evidencia y datos, la mejora continua del Aceite de Orujo de Oliva. En 2025, la actividad se ha centrado en tres grandes ámbitos: la investigación aplicada sobre sus propiedades y efectos biológicos junto a centros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas

(CSIC); el desarrollo de estudios vinculados a la seguridad alimentaria y la calidad, con foco específico en los hidrocarburos minerales; y en estudios de mercado para conocer mejor la percepción y hábitos de los consumidores. Todo ello, refuerza el compromiso del sector con la evidencia, la transparencia y la mejora continua.

Líneas de investigación

Los estudios realizados o activos durante 2025 corresponden al área de trabajo de I+D de la Interprofesional.

En lo relativo a estudios de producto se ha continuado investigando sobre las propiedades nutricionales, la seguridad alimentaria y el conocimiento científico del Aceite de Orujo de Oliva. Entre los estudios en marcha destacan investigaciones sobre el potencial protector del eritrodiol frente a enfermedades cardiovasculares, el posible efecto del Aceite de Orujo de Oliva en personas con diabetes o prediabetes y su papel en la modulación de procesos relacionados con el Alzheimer.

Además, el sector ha avanzado en trabajos relacionados con los hidrocarburos minerales (MOSH y MOAH), orientados a comprender su origen y reforzar los sistemas de control y seguridad alimentaria.





Investigaciones en proceso y abiertas

- “Eritrodiol en el Aceite de Orujo como agente protector frente a la aterosclerosis” (IG-CSIC).
- “Valoración del potencial efecto antidiabético del aceite de orujo de oliva. Estudio agudo e intervención crónica en sujetos diabéticos o pre-diabéticos” (ICTAN-CSIC).
- “Protección frente a la enfermedad de Alzheimer mediante la atenuación de la activación de microglía por el Aceite de Orujo” Fase III (IG-CSIC).
- “Estudio de la toxicidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva por ingesta en ratas” (IG-CSIC / UPO / FIUS)

Investigaciones concluidas

- “Determinación del origen de los hidrocarburos de tipo mineral en aceites de oliva, orujo de oliva y aceitunas” (IG-CSIC).



Estudios de sostenibilidad

En materia de sostenibilidad, ORIVA ha avanzado durante 2025 en distintas iniciativas orientadas a reforzar el modelo de economía circular del sector. Entre ellas destaca la tramitación de una patente, junto a la Universidad de Córdoba, para reutilizar cenizas procedentes del orujillo en materiales aplicables a la construcción, abriendo nuevas vías de valorización industrial para estos subproductos.

Además, han continuado los trabajos para mejorar el control medioambiental de las emisiones en instalaciones del sector y se ha seguido desarrollando el futuro sello de sostenibilidad medioambiental del Aceite de Orujo de Oliva, centrado en criterios de trazabilidad, origen de la materia prima y certi-

ficación ambiental a lo largo de toda la cadena de producción.

En concreto, se han gestionado los siguientes estudios:

- **Patente sobre valorización de cenizas de fondo de orujillo.**
- **“Análisis de alternativas para el control de las emisiones de partículas en hornos, calderas y secaderos del sector de producción de aceite de orujo”**
- **Sello de sostenibilidad medioambiental para el Aceite de Orujo de Oliva.**

Estudios de mercado

Encuesta de conocimiento y usos del Aceite de Orujo de Oliva

En 2025, ORIVA ha realizado una nueva edición del estudio de mercado sobre conocimiento, percepción y usos del Aceite de Orujo de Oliva entre la población residente en España, desarrollado en colaboración con GFK. El trabajo se llevó a cabo mediante 1.200 entrevistas online.

Los resultados confirman la estabilidad del **conocimiento sugerido del producto**, situado en el **56,9%**, si bien su notoriedad espontánea desciende hasta el 5,9%, lo que evidencia que sigue siendo un aceite con baja presencia en la mente del consumidor.

El estudio refleja, además, que su perfil de **conocimiento continúa concentrado** en los segmentos de **mayor edad**, mientras que presenta menor reconocimiento entre los menores de 34 años.

En cuanto al uso, el Aceite de Orujo de Oliva se mantiene estable en los hogares españoles, con un **6,8% de uso declarado**, reforzándose especialmente su vinculación con **la fritura**, que sigue siendo su principal aplicación. En este ámbito, el producto obtiene una valoración positiva por su comportamiento técnico, destacando especialmente su aguante a altas temperaturas.

No obstante, el estudio también pone de manifiesto que **persisten debilidades** en percepción general, especialmente en atributos como calidad, precio, relación calidad-precio y sabor. En conjunto, la encuesta confirma que el principal **reto estratégico sigue siendo aumentar la visibilidad, el conocimiento y la comprensión del producto** para mejorar su posicionamiento en el mercado interior.

1.200
ENTREVISTAS

56,9%
CONOCIMIENTO SUGERIDO

6,8%
USO DECLARADO



COMUNICACIÓN Y MARKETING

Canal HORECA

El Duelo en escuelas de hostelería

- **Objetivo:** posicionamiento en el canal HORECA.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** Cursos 2024/2025 y 2025/2026.

“El Duelo” es el **programa formativo** que se desarrolla en escuelas de hostelería de todo el país para dar a conocer las propiedades y usos del Aceite de Orujo de Oliva. Incluye una *masterclass* sobre el producto a cargo de la chef embajadora de ORIVA, María Jiménez Latorre, y un concurso gastronómico para elaborar la mejor receta con Aceite de Orujo de Oliva. La final del concurso cuenta además con la colaboración de un jurado que incluye chefs con Estrella Michelin.

CURSO 2024/2025

En su **sexta edición**, esta iniciativa ha llegado a 18 escuelas de 7 Comunidades Autónomas con más de 950 alumnos. La final se celebró el 13 de marzo en la Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid, de la que resultó ganadora **Rute Galán Lago**, estudiante del CIFP Fraga do Eume, de Pontedeume (A Coruña) con su receta “*Flor de Mar*”. Como premio ha disfrutado de un curso de especialización en el *Basque Culinary Center*.

CURSO 2025/2026

En 2025, también se inició la **séptima edición** de El Duelo, que contempla la participación de 20 escuelas, 11 Comunidades Autónomas y cerca de 1.200 alumnos. Aunque comenzó en 2025, la iniciativa terminará durante los primeros meses de 2026. En el cuarto trimestre del año, el equipo de “El Duelo” ha realizado *la masterclass* en 8 de las 20 escuelas previstas. La final del concurso está prevista el 11 de marzo de 2026.

El duelo
¿QUÉ ERES CAPAZ DE FREÍR?



Refuerzo de marca

World Olive Oil Exhibition (WOOE)

- **Objetivo:** notoriedad y reconocimiento.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 11 y 12 de marzo de 2025.

La Interprofesional no podía faltar un año más a la feria World Olive Oil Exhibition (WOOE). En 2025, ORIVA acudió nuevamente con su propio stand, que en esta ocasión estuvo dedicado, como no podía ser de otra manera, a su décimo aniversario. Numerosos profesionales relacionados con el sector del olivar y del Aceite de Orujo de Oliva visitaron el espacio, además de periodistas y representantes institucionales. Un encuentro que sirve para entrelazar alianzas y mejorar el conocimiento del Aceite de Orujo de Oliva.



Premios ORIVA de Comunicación

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** -Séptima edición: 2024/2025.
-Octava edición: 2025/2026.

Los Premios ORIVA de Comunicación son ya todo un clásico de la Interprofesional. Cada edición premia los mejores trabajos periodísticos y divulgativos sobre Aceite de Orujo de Oliva y toda su cadena de valor.

En 2025 se han entregado los **galardones de la séptima edición**, con sus tradicionales tres categorías (impresa, online y audiovisual), cada una dotada con 2.500 euros, y de un Accésit de Redes Sociales, con una dotación de 1.000 euros.

La entrega de premios de los VII Premios ORIVA de Comunicación tuvo lugar el 6 de febrero de 2025 en el Palacio de Linares de Madrid, con la representación institucional del director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Jaime Lillo López, y del director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, José Miguel Herrero Velasco.

Los galardones han sido otorgados a los periodistas **Javier Almellones Villalba, del periódico Diario Sur; Marta Renovaes Pérez, de la revista digital Profesional Horeca; y Rodrigo Muñoz Beltrán, de la emisora Radio Castilla-La Mancha.** La categoría de Accésit de Redes Sociales ha quedado desierta, al no reunir las candidaturas presentadas los parámetros de valoración requeridos en la convocatoria, según criterio del Jurado.

Además, en mayo de 2025 se ha convocado la octava edición, que fija nuevas categorías para los galardones, en un nuevo intento por parte de la Interprofesional de innovar y adaptarse al actual panorama mediático y de contenidos de nuestro país.

Así, las bases de la convocatoria han sido actualizadas con una estructura simplificada, y con una mayor dotación económica para el primer premio. Se han establecido las siguientes categorías y premios:

- **Premio ORIVA a la Excelencia Informativa:**
 - Ganador: 4.000 €.
 - Finalista (Distinción ORIVA a la Cobertura Destacada): 1.500 €.
- **Accésit ORIVA a la Innovación Narrativa:**
 - Dotación: 1.000 €.



Patrocinios

- **Objetivo:** posicionamiento de marca.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

WEBINAR “ACEITES VEGETALES: UNA HISTORIA MILENARIA CON IMPACTO GLOBAL”

Bajo el patrocinio de ORIVA, el dietista-nutricionista Juan Revenga Frauca ha ofrecido el webinar “**Aceites vegetales: Una historia milenaria con impacto global**” a dos de las principales asociaciones nacionales de dietética, nutrición y tecnología de los alimentos.

La primera sesión, dirigida a la **Asociación Nacional de Dietistas TSD (ASNADI)**, se celebró el 19 de junio y reunió a 63 participantes en la conexión en directo y 486 visualizaciones. La iniciativa se replicó el 6 de noviembre con la **Academia Española de Nutrición y Dietética (AEND)**, superando los 90 asistentes y 139 visualizaciones.



DIPLOMA DE EXPERTO EN COMUNICACIÓN AGROALIMENTARIA (EUCAGRO)

Desde sus inicios, ORIVA ha mantenido una relación de colaboración estrecha y continuada con la **Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE)**, entidad orientada a impulsar un periodismo agroalimentario con reconocimiento, rigor y prestigio, y a contribuir, desde la información de calidad, al desarrollo del sector agroalimentario. Esta alianza se materializa, entre otras iniciativas, en el **patrocinio del Diploma de Experto en Comunicación Agroalimentaria (EUCAgro)**, cuya **octava edición** volvió a contar en 2025, un año más, con el apoyo de ORIVA. La colaboración se extiende también a otras líneas de trabajo de la Interprofesional, como los **viajes de prospección** y los **Premios ORIVA de Comunicación**, en los que APAE participa activamente mediante su representación en el jurado.



CONVENIO CON LA FUNDACIÓN FORO AGRARIO

En 2025, ORIVA ha renovado por segundo año consecutivo su condición de “**Amigo Institucional**” de la Fundación Foro Agrario, en el marco del acuerdo de colaboración entre ambas entidades. Esta continuidad responde a una visión compartida sobre la relevancia estratégica del sector agroalimentario y del desarrollo rural, así como a la necesidad de promover espacios de reflexión y propuesta que impulsen soluciones innovadoras y sostenibles ante los retos actuales de la agricultura en España.

De esta manera, ORIVA refuerza su participación en una red creciente de organismos, empresas e instituciones que, a través de la figura de “Amigo Institucional”, respaldan la labor de la Fundación, constituida hace 25 años como un ámbito de pensamiento y debate en torno a la agricultura, la alimentación, el mundo rural y el medio ambiente.



Viajes de prospección

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** Córdoba y Sevilla.
- **Fecha:** abril y noviembre de 2025.

Esta iniciativa es una de las principales **acciones divulgativas de ORIVA**, permitiendo que públicos clave conozcan de primera mano el proceso de producción del Aceite de Orujo de Oliva, mostrando sus numerosas facetas: agroalimentaria, medioambiental, socioeconómica y científica.

La agenda incluye la visita a una extractora, una refinería y el Instituto de la Grasa (IG-CSIC), con instalaciones localizadas en distintas localidades de las provincias de Córdoba y Sevilla. Este año, por primera vez y como novedad, el recorrido incluyó también una envasadora. En 2025 se han organizado **dos convocatorias, dirigidas a distintos grupos de interés**.

La primera se organizó con **periodistas, divulgadores y creadores de contenido**, del 2 al 4 de abril. Participaron 14 asistentes, entre los que destacan periodistas de medios de comunicación como El Periódico de España, El Economista, 20 Minutos, Infoetail, Olimerca o Interempresas; miembros de la asociación de periodistas APAE; o influencers como Mara Olmos.

La segunda convocatoria, se llevó a cabo los días 16 y 17 de noviembre, contó con 7 **nutricionistas y profesionales del ámbito de la alimentación**, que tuvieron la oportunidad de conocer en profundidad el Aceite de Orujo de Oliva. Desde su proceso de producción, con la extracción y refinado, hasta su composición nutricional y las evidencias científicas que avalan sus propiedades culinarias y saludables.



Gabinete de prensa

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

ORIVA se consolida como **referente informativo** en comunicación especializada, aportando rigor y credibilidad en temas estratégicos como la alimentación y la sostenibilidad. Con esta misión, posiciona a los profesionales del sector en el centro de las conversaciones públicas más relevantes.

Desde su Gabinete de Prensa, ORIVA mantiene un **diálogo bidireccional con los medios**, respondiendo a sus consultas de información y adelantando noticias de interés sobre la actualidad del sector orujero y la innovación en productos.

Dentro de la actividad del gabinete se han realizado **16 notas de prensa, 10 publicaciones en el blog de la web, 9 gestiones de portavoces para declaraciones y entrevistas, 6 convocatorias de prensa y un alcance de más de 460 menciones en medios** que han generado una audiencia potencial de **más de 334 millones de contactos**.

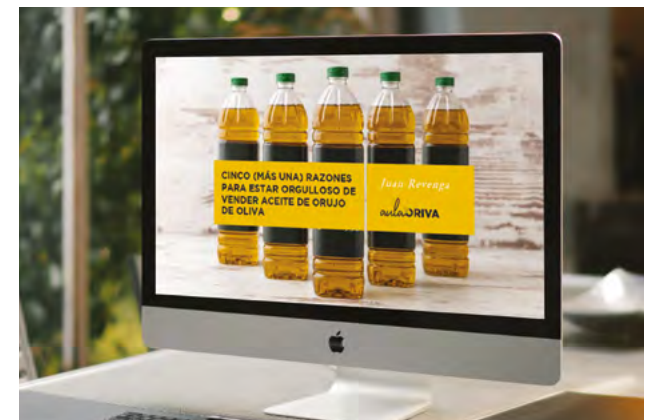
Formación

Aula ORIVA

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

A través de la plataforma Aula ORIVA, la Interprofesional impulsa sus acciones formativas abordando temáticas vinculadas a la alimentación, la sostenibilidad, la innovación o la comunicación.

En 2025, la planificación se ha dirigido al **público interno**, es decir a los profesionales pagadores de la Extensión de Normas y las distintas asociaciones integrantes de la Interprofesional. Se ha convocado **una sesión titulada “Cinco (más una) razones para estar orgulloso de vender Aceite de Orujo de Oliva”**, que ha impartido Juan Revenga Frauca el 3 de julio, que tuvo un total de 34 asistentes.



Publicidad

Plan de medios 2025

- **Objetivo:** notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

En 2025, ORIVA ha activado su campaña anual de publicidad bajo el lema **“El preferido de los que saben”**, un mensaje orientado a reforzar el posicionamiento del Aceite de Orujo de Oliva como una elección respaldada por la experiencia culinaria y el uso profesional y cotidiano.

La planificación de medios se ha estructurado en dos fases: una primera fase, con presencia en revistas especializadas durante el mes de **mayo**; y una segunda fase, durante el mes de **septiembre**, con presencia en publicidad exterior en la estación

de Madrid Puerta de Atocha - Almudena Grandes y activación en televisión, combinando formatos de contenido integrado y sobreimpresiones.

Su difusión también se ha realizado en televisión, mediante **10 momentos internos** en tres canales autonómicos y **10 sobreimpresiones** en un canal nacional, en los espacios ‘La Tarde aquí y ahora’ de Canal Sur, ‘En compañía’ de Castilla-La Mancha TV, ‘El Tiempo’ de Telemadrid y ‘La ruleta de la suerte’ de Antena 3.

Como elemento diferencial de la planificación, entre septiembre y octubre de 2025, se incorporó **Netflix** dentro del plan de medios, con el objetivo de reforzar cobertura y explorar formatos de alta visibilidad.



Comunicación interna

ORIVA News

- **Objetivo:** informar y aumentar la unión del sector.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

En ORIVA, la comunicación interna es un instrumento de coordinación imprescindible para el funcionamiento ordinario de la Interprofesional.

Con carácter periódico, la herramienta **ORIVA News**, es un boletín informativo digital que permite a todos los destinatarios mantenerse al tanto de la actualidad de la Interprofesional, así como de sus principales hitos y líneas de trabajo. Esta herramienta contribuye a sistematizar la información interna y a reforzar la transparencia operativa, facilitando que los destinatarios dispongan de una visión ordenada y actualizada de la actividad. Durante 2025, se han publicado un total de **18 números**.

Por otra parte, se ha producido, editado y maquetado tanto en formato impreso, como digital, el **Informe Anual 2024** de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva y la actualización del **Dossier de prensa**, los cuales han sido distribuidos a los públicos internos.



Digital

Redes sociales

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

La ejecución de una estrategia de contenidos adaptada a las características específicas de cada plataforma, con **más de 600 publicaciones**, ha generado un crecimiento significativo de la comunidad, superando los **29.000 seguidores en total**, lo que representa un aumento del 26% respecto a 2024.

La línea editorial de ORIVA se ha estructurado en torno a dos pilares fundamentales: contenidos generados por embajadores digitales y producción propia de contenidos divulgativos que exploran conceptos e ideas básicas sobre el Aceite de Orujo de Oliva.

Tik Tok se ha consolidado como la plataforma con mayor crecimiento de ORIVA en 2025, registrando un incremento de **3.488 nuevos seguidores** y alcanzando un total de **10.266 usuarios**, lo que supone un aumento del 60,33% respecto al resto de plataformas. Además, se han conseguido más de **8,9 millones de reproducciones** y más de **24.000 interacciones**.

Instagram se ha posicionado como la plataforma con mayor alcance, con un total de **1.512.760 usuarios**. Además, se han obtenido **1.475 nuevos seguidores** y los vídeos del perfil han llegado a **5,9 millones de reproducciones**.

Facebook ha pasado a ser la segunda plataforma con mayor número de seguidores por detrás de TikTok, con un total de **8.558 seguidores** y más de **4,5 millones de reproducciones**.

X y LinkedIn también han registrado una evolución positiva, acumulando más de **55.000 impresiones** orgánicas. Estas redes canalizan fundamentalmente los temas sectoriales y profesionales.

Por último, **YouTube** ha servido como repositorio central de la producción audiovisual de ORIVA y, durante este ejercicio, se ha actualizado con **23 vídeos nuevos** en formato short. Un canal que, de manera orgánica, ha logrado una media de **34 mil reproducciones** al mes en 2025.

La siguiente tabla recoge los **principales indicadores del año 2025** en los diferentes perfiles sociales de ORIVA:

						
	Facebook	Instagram	Tik Tok	LinkedIn	X	YouTube
Seguidores:	8.558	7.304	10.266	892	1.555	1.650
Publicaciones:	209	52	60	33	240	23
Alcance:	819.772	1.512.766	10.461.297			
Impresiones:	4.465.257	5.973.193	8.935.540	914.104	12.448	239.065
Interacciones:	15.382	61.180	24.351	588		

Creación de contenidos

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

Como viene siendo habitual en la estrategia de ORIVA, la Interprofesional ha continuado apostando por impulsar la creación de contenidos de calidad que ayuden a la divulgación y conocimiento del Aceite de Orujo de Oliva y su sector.

Entre los recursos desarrollados en 2025, destacan:

• **Producción editorial:** Se han actualizado documentos clave como la memoria anual, el dossier de prensa o las nuevas bases de los Premios ORIVA de Comunicación.

• **Cobertura gráfica:** ORIVA ha documentado audiovisualmente los principales hitos de 2025, como los viajes de prospección, “El Duelo”; los Premios ORIVA de Comunicación y la presencia en la WOOF. Además, se ha realizado un vídeo resumen de toda la actividad del año.

• **Diseño y creatividades:** se han realizado de manera continuada vídeos, banners e infografías para ayudar al correcto entendimiento del Aceite de Orujo de Oliva y sus propiedades.

Sorteos de producto

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

Con el objetivo de acercar y dar a conocer el Aceite de Orujo de Oliva a la comunidad digital de ORIVA, durante 2025 se han llevado a cabo seis sorteos en redes sociales. Se han repartido en total **210 litros** de Aceite de Orujo de Oliva en Facebook, Instagram y TikTok, consiguiendo un total de **2.190.419 impresiones** y **14.952 interacciones**.

Campañas de pago

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

En 2025 se ha planificado y ejecutado un plan de campañas de pago en redes sociales para amplificar la difusión de determinados contenidos informativos y optimizar el impacto en segmentos concretos. De esta manera se ha impulsado la visualización de contenidos gastronómicos y divulgativos.



Marketing de influencia

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

ORIVA colabora con distintos perfiles profesionales vinculados a la divulgación, la nutrición y la gastronomía que, a través de sus propios canales y de los perfiles de la Interprofesional, actúan como embajadores digitales del Aceite de Orujo de Oliva.

Durante 2025, ORIVA ha trabajado con los siguientes colaboradores:



LAURA LÓPEZ MONTES

La **influencer gastronómica**, consolida su quinta temporada de colaboración con ORIVA. En 2025 se formalizó un acuerdo para la producción de 28 recetas con Aceite de Orujo de Oliva, distribuidas entre marzo de 2025 y marzo de 2026. De este conjunto, 24 contenidos se publicarán en los perfiles de TikTok, Facebook y YouTube de ORIVA, así como en el recetario de la web, contribuyendo a reforzar un repositorio estable de contenidos culinarios útiles y recurrentes.



JUAN REVENGA FRAUCA

La colaboración con el **dietista-nutricionista** alcanzó en 2025 su séptimo año, consolidándose como una de las alianzas más relevantes de ORIVA en el ámbito de la divulgación alimentaria. Junto a acciones formativas y de asesoría estratégica, el colaborador ha continuado presente en el entorno digital de ORIVA con su sección "Consejos para comer mejor", que ha supuesto la producción de ocho vídeos cortos centrados en recomendaciones para una alimentación saludable.



DAVID GARCÍA

Conocido en redes sociales como "**Siempre Hambrientos**", amplía por cuarto año consecutivo su colaboración con ORIVA en TikTok e Instagram, con la producción de 13 vídeo-recetas nuevas. Esta línea de trabajo mantiene el foco en la aplicación práctica del Aceite de Orujo de Oliva en cocina y en formatos de consumo rápido, coherentes con los hábitos actuales de las audiencias digitales.



MARA OLMOS

Como novedad, en abril de 2025 se inició una colaboración con la **influencer gastronómica Mara Olmos** con el objetivo de acercar el contenido de la Interprofesional al público joven de TikTok. La influencer generó 18 vídeos publicados desde la propia plataforma de ORIVA, 10 de los cuales han contado con inversión paid, registrando más de 3 millones de visualizaciones.



JUAN ALPUENTE

En 2025 se llevó a cabo un sorteo conjunto con el **churrero e influencer Juan Alpuente**. En su perfil se sortearon 10 packs de chocolate con churros fritos en Aceite de Orujo de Oliva, incorporando como obsequio complementario una bolsa corporativa ORIVA con 1 litro de Aceite de Orujo de Oliva para cada uno de los ganadores.





Entorno web

- **Objetivo:** divulgación y notoriedad de producto.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.

Durante 2025, ORIVA ha reforzado su estrategia digital para consolidar su sitio web como un espacio de referencia sobre el Aceite de Orujo de Oliva y el sector del olivar. En un entorno marcado por los cambios en los buscadores y la irrupción de la inteligencia artificial en las búsquedas online, el trabajo se ha centrado en mejorar la visibilidad, la calidad de los contenidos y la experiencia de navegación del usuario.

Para ello, se han llevado a cabo cuatro líneas de trabajo principales: la optimización de la estructura técnica del sitio web; la creación de contenidos divulgativos y prácticos de interés para el consumidor; el seguimiento del rendimiento y adaptación en buscadores; y el análisis de datos y tendencias para identificar nuevas oportunidades de crecimiento y mejorar el alcance de la información publicada.

En total, se han conseguido **57.403 visitantes**, se han publicado **23 recetas** elaboradas con Aceite de Orujo de Oliva como principal ingrediente y **18 artículos para el blog**.



Responsabilidad Social Corporativa

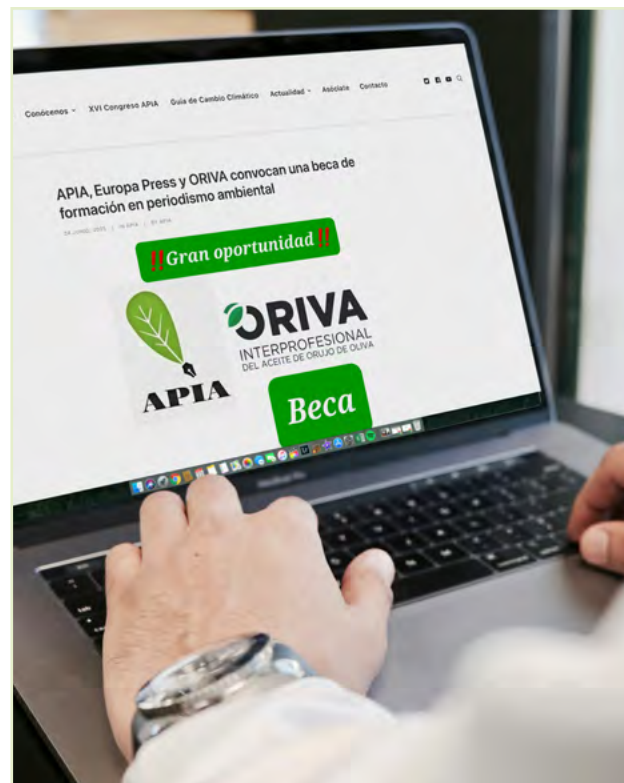
Becas de periodismo medioambiental

- **Objetivo:** compromiso social.
- **Ámbito geográfico:** nacional.
- **Fecha:** 2025.



La colaboración con la **Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA)** se mantiene sólida y continuada, y se consolida año tras año. En 2025, y por cuarto año consecutivo, se ha posibilitado la realización de **dos becas de periodismo medioambiental** de seis meses de duración en la sección de Medio Ambiente de las agencias de noticias EFE y Europa Press, permitiendo a las beneficiarias integrarse en entornos de trabajo de alta exigencia informativa y mantener un contacto directo con la actualidad ambiental.

Más allá del programa de becas, la colaboración con APIA se articula también a través de otras líneas de actividad de ORIVA, como la invitación a los miembros de la asociación a los viajes de prospección y su participación en los Premios ORIVA de Comunicación, en los que tiene representación en el jurado.





INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Producto

1 Investigación finalizada

- “Determinación del origen de los hidrocarburos de tipo mineral en aceites de oliva, orujo de oliva y aceitunas” (IG-CSIC).

4 Investigaciones en proceso

- “Eritrodiol en el Aceite de Orujo como agente protector frente a la aterosclerosis” (IG-CSIC).
- “Valoración del potencial efecto antidiabético del Aceite de Orujo de Oliva. Estudio agudo e intervención crónica en sujetos diabéticos o prediabéticos” (ICTAN-CSIC).
- “Protección frente a la enfermedad de Alzheimer mediante la atenuación de la activación de microglía por el Aceite de Orujo” Fase III (IG-CSIC).
- “Estudio de la toxicidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva por ingesta en ratas” (IG-CSIC / UPO / FIUS)

Sostenibilidad

2 Estudios de sostenibilidad

- “Patente sobre valorización de cenizas de fondo de orujillo”.
- “Análisis de alternativas para el control de las emisiones de partículas en hornos, calderas y secaderos del sector de producción de aceite de orujo”.
- “Sello de sostenibilidad medioambiental para el Aceite de Orujo de Oliva”.

Consumo

1 Estudio de consumo

- “Encuesta de conocimiento y usos del Aceite de Orujo de Oliva”.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

“El Duelo” en escuelas de hostelería

- Celebración VI Edición.
- 950 alumnos, 18 escuelas.
- 7 Comunidades Autónomas.
- Final 13 de marzo.
- Apertura de la VII Edición.

Eventos profesionales

- World Olive Oil Exhibition, WOOE 2025.

2 viajes de prospección

- 14 periodistas, divulgadores y creadores de contenido (abril).
- 7 nutricionistas y profesionales del ámbito de la alimentación (noviembre).

Premios ORIVA de Comunicación

- Entrega de premios de la VII edición.
- Convocatoria de la VIII edición.

Campaña anual de medios

- “El preferido de los que saben”.
- Exteriores y Gran Formato; TV regional; Prensa especializada; Netflix.

Producción de contenidos

- Memoria anual 2024.
- Infografías para redes sociales.
- Vídeo viaje de prospección 2025.
- Vídeo Premios ORIVA de Comunicación.
- Vídeo Feria World Olive Oil Exhibition.
- Vídeo Concurso “El Duelo”.
- Vídeo resumen año 2025.

Comunicación interna

- 18 newsletters ORIVA News.

Formaciones ORIVA

- 1 Aula ORIVA de formación interna.
- 2 “Diálogos ORIVA sobre aceites y nutrición”.

Colaboraciones

- Embajadores del Aceite de Orujo de Oliva:
 - Laura López Montes, influencer gastronómica.
 - David García, tiktok e instagramer “Siempre hambrientos”.
 - Juan Revenga Frauca, dietista-nutricionista.
 - Mara Olmos, influencer gastronómica.
 - Juan Alpente, churrero e influencer.
- Asociaciones de prensa:
 - Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA).

Digital

- Tik Tok: 3.488 nuevos seguidores.
- Instagram: 1.512.760 usuarios (alcance).
- Facebook: 4.465.257 visualizaciones.
- X y LinkedIn: más de 55.000 impresiones.
- YouTube: una media de 34 mil reproducciones al mes.

RSC

- 2 becas de periodismo ambiental con las agencias de noticias EFE y Europa Press.



