



¿Se acabó la crisis del aceite de oliva? El mayor fabricante del mundo cree que sí

Estrategias de Inversión
25/07/2026



[Añadir Estrategias de Inversión en Google](#)

Tras varios años marcados por cosechas escasas, precios disparados e incertidumbre en toda la cadena de suministro, el mercado del aceite de oliva empieza a mostrar signos de normalización.

Así lo sostiene [Deoleo](#), el mayor fabricante mundial del sector, que considera que el periodo más complicado ha quedado atrás gracias a **una**

mejora de la producción y a unas **perspectivas** mucho más favorables para la próxima campaña.

La compañía atribuye este cambio principalmente a la **recuperación de las cosechas en los principales países productores**, entre ellos España, lo que está permitiendo equilibrar nuevamente la oferta y moderar los precios tras una etapa especialmente convulsa.

El sector deja atrás los años más difíciles

Entre 2022 y 2024, la industria del aceite de oliva atravesó una de las **mayores crisis de su historia reciente**. La combinación de sequías prolongadas, temperaturas extremas y una fuerte reducción de la producción provocó una escalada histórica de los precios, afectando tanto a productores como a consumidores.

Ahora, el consejero delegado de Deoleo, Cristóbal Valdés, considera que ese escenario pertenece al pasado. *«El ciclo de mercado altamente complejo experimentado entre 2022 y 2024, que tuvo un impacto severo pero temporal en la industria, ya está definitivamente atrás»*, ha asegurado a un medio de comunicación estadounidense.

Según ha explicado, las **lluvias registradas** en los principales países productores han permitido mejorar las previsiones para la próxima cosecha y reforzar el equilibrio entre oferta y demanda.

La recuperación de la producción impulsa una mayor estabilidad

La mejora de las condiciones meteorológicas está teniendo un efecto directo sobre el mercado.

Valdés sostiene que *«las tendencias favorables de precipitaciones en los principales países productores»* están allanando el camino para obtener una campaña con **buenos niveles de producción**, lo que permitirá disponer de un suministro más sólido y equilibrado.

Aun así, el sector continúa pendiente de factores como el **cambio climático, la disponibilidad de agua o la aparición de plagas y**

enfermedades, elementos que siguen condicionando la evolución de cada campaña agrícola.

España mantiene un papel protagonista dentro del mercado internacional junto con Italia y Grecia. Además de liderar la producción mundial, continúa siendo una referencia para la formación de precios del aceite de oliva.

Los precios se alejan de los máximos históricos

La evolución del mercado ya empieza a reflejarse en las cotizaciones.

El aceite de oliva virgen extra ronda actualmente los 3,9 euros por kilogramo en origen en España, una cifra muy inferior a los máximos alcanzados en enero de 2024, cuando llegó a situarse alrededor de los **9,3 euros por kilogramo**.

Para Deoleo, esta situación favorece tanto a la industria como al consumidor. *«Esta estabilización de la oferta proporciona una mayor previsibilidad a lo largo de toda la cadena de valor y nos permite anticipar un entorno de precios más estable. Esto, a su vez, está impulsando una recuperación de la demanda global de los hogares»*, afirma Valdés.

La moderación de los precios también está favoreciendo un mayor consumo en mercados donde el aceite de oliva aún continúa ganando presencia.

Estados Unidos impulsa el crecimiento

Uno de los casos más llamativos es el estadounidense.

La compañía asegura que **cada vez más hogares incorporan aceite de oliva a su alimentación** y que el crecimiento se produce en prácticamente todos los niveles de renta.

Junto al descenso de los precios, [Deoleo](#) identifica otro factor inesperado detrás de ese aumento de las ventas: la innovación en el formato del producto.

«En cuanto a las tendencias emergentes, creo que el principal motor del

mercado es la innovación adaptada a los hábitos culinarios modernos, especialmente para los consumidores jóvenes y quienes descubren los beneficios del aceite de oliva por primera vez», explica Valdés.

El directivo añade que «un reflejo claro de esto es el auge de un embalaje funcional y de valor añadido; de hecho, los formatos de squeeze ya están impulsando el 40% del crecimiento total de la categoría en el país».

La apuesta por **envases más cómodos y adaptados** a nuevos hábitos de consumo se ha convertido así en un elemento adicional para ampliar la presencia del aceite de oliva en mercados internacionales, acompañando la recuperación de un sector que aspira a dejar definitivamente atrás los años marcados por la escasez y la volatilidad.