

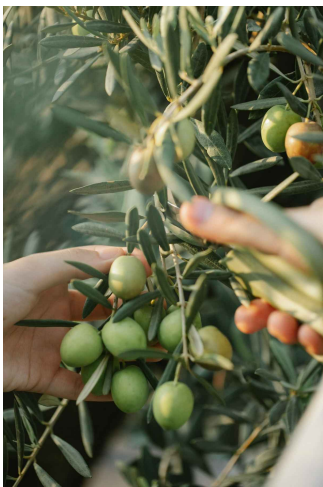
LOCAL | Agricultura

El olivar de Priego encara la próxima campaña con mejores previsiones, pero con el AOVE a la baja

La Comisión Europea constata una caída del virgen extra en origen desde los 457 euros por 100 kilos de diciembre hasta los 397 de comienzos de junio, mientras el sector mira ya a la campaña 2026/27 con una pregunta clave: si habrá volumen suficiente para compensar precios más bajos

Redacción/Priego Digital

Jueves 20 de agosto de 2026 - 09:00



El aceite de oliva virgen extra llega al final del verano con un cambio de escenario que afecta de lleno a una comarca como Priego de Córdoba, donde el olivar no es solo cultivo, sino economía, paisaje, empleo e identidad. Tras dos campañas marcadas por la tensión de precios y la incertidumbre climática, Bruselas ha mejorado las perspectivas de cara a la campaña 2026/27 por unas condiciones más favorables en los principales países productores.

La Comisión Europea mantiene un seguimiento específico del mercado del aceite de oliva, con datos de precios, producción, balances y comercio exterior. En su última documentación sectorial recoge que los precios del aceite de oliva virgen extra en España, tras alcanzar los 457 euros por cada 100 kilos en diciembre de 2025, habían descendido hasta los 397 euros por cada 100 kilos a

comienzos de junio de 2026.

El dato confirma una tendencia que ya se percibe en el mercado: el AOVE ha dejado atrás los niveles más altos de los últimos años y se mueve en una fase de mayor moderación. Según recoge Oleorevista a partir del informe comunitario, Bruselas vincula esta evolución a las mejores perspectivas para la cosecha 2026/27, favorecidas por mejores condiciones climáticas y disponibilidad de agua, siempre que esa situación se mantenga en los próximos meses.

Más cosecha no siempre significa más renta

Para el olivar de Priego, la lectura no es sencilla. Una campaña con más producción puede suponer más actividad para agricultores, cooperativas y almazaras, pero si el precio baja demasiado, el resultado final para el productor puede quedar muy ajustado.

Esa es la gran pregunta que empieza a hacerse el sector: si el posible aumento de volumen compensará la caída del precio en origen. La respuesta dependerá de varios factores: producción real, rendimiento graso, costes de recolección, energía, agua, mano de obra, comercialización y capacidad de diferenciar el producto en mercados de calidad.

El Ministerio de Agricultura mantiene publicados los avances e informes de situación de mercado del aceite de oliva y la aceituna de mesa, con los últimos datos mensuales disponibles de la campaña 2025/26.

Priego, una comarca donde la calidad pesa más que el volumen

El impacto de esta tendencia tiene una dimensión especial en Priego de Córdoba por el peso de la

Denominación de Origen Protegida. El reglamento de la DOP establece que los aceites protegidos deben ser necesariamente aceites de oliva vírgenes extra, sujetos a controles de calidad y origen.

En este contexto, el reto para las almazaras y productores de Priego no pasa solo por producir más, sino por defender valor añadido. La calidad, la trazabilidad, el sello de origen y la venta diferenciada serán claves si el mercado general continúa presionando los precios a la baja.

La exportación puede ganar fuerza

La bajada de precios también tiene una segunda lectura: puede favorecer la recuperación de la demanda en mercados internacionales donde el aceite de oliva había perdido competitividad tras años de precios muy elevados. La Comisión Europea prevé que el descenso contribuya a reforzar las exportaciones comunitarias, según recoge el análisis sectorial.

Para una zona como Priego, reconocida por aceites de alta gama y marcas premiadas, ese escenario puede abrir oportunidades, especialmente en mercados donde el consumidor busca calidad pero también ha sido sensible al encarecimiento del producto.

Una campaña decisiva

A falta de conocer el aforo definitivo y la evolución del clima en las próximas semanas, el olivar de Priego encara una campaña especialmente decisiva. Hay mejores perspectivas productivas, pero también un mercado más frío en precios.

La clave estará en si la comarca logra transformar una posible mayor cosecha en rentabilidad real para el agricultor. Porque en el olivar, como bien sabe Priego, no basta con que haya aceituna: hace falta que el aceite salga bueno, que el mercado lo pague y que el valor añadido no se pierda por el camino.