

Sector hortícolas protegidos ecológicos



Síntesis de Campaña 2024/25



Índice

- | | | |
|----|---|---------------------------------------|
| 1. | Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos | <u>Diapositiva 3</u> |
| 2. | Análisis de la campaña de tomate ecológico | <u>Diapositiva 8</u> |
| 3. | Análisis de la campaña de pimiento ecológico | <u>Diapositiva 20</u> |
| 4. | Análisis de la campaña de pepino ecológico | <u>Diapositiva 26</u> |
| 5. | Análisis de la campaña de calabacín ecológico | <u>Diapositiva 29</u> |
| 6. | Análisis de la campaña de berenjena ecológica | <u>Diapositiva 32</u> |
| 7. | Análisis de la campaña de sandía ecológica | <u>Diapositiva 35</u> |
| 8. | Notas metodológicas | <u>Diapositiva 38</u> |

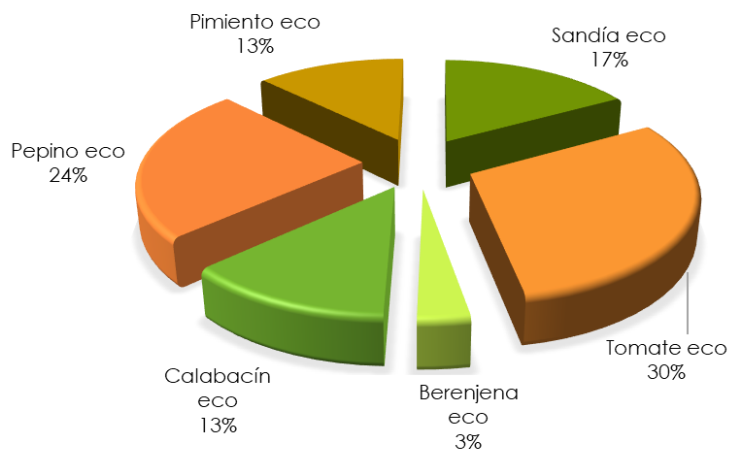


1. Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos

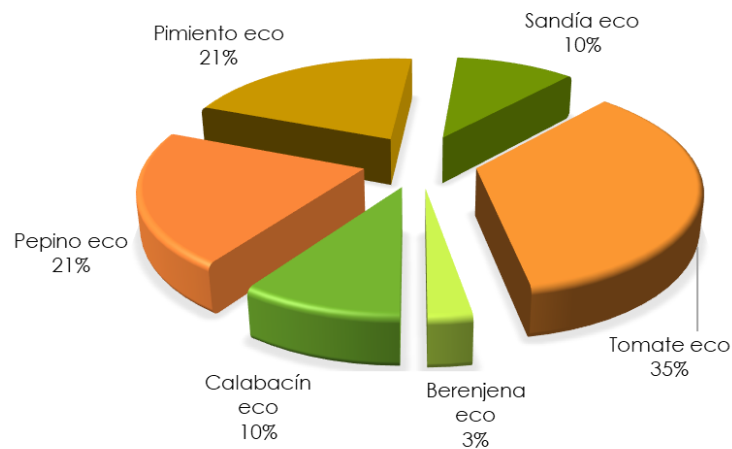
Según datos aportados en 2024/25 por empresas colaboradoras del Observatorio de precios y mercados, el **tomate** lidera la producción ecológica andaluza, con un 30% de la producción comercializada de las principales hortalizas de invernadero y un 35% del valor económico, descendiendo respecto a la campaña precedente.

En segundo puesto se sitúa el **pepino** con un 24% de la producción comercializada de las principales hortalizas de invernadero y un 21% del valor económico. El pepino ecológico registra un notable incremento de la producción comercializada, aumentando su representatividad un 7% y relevando a la sandía que se situaba en el segundo puesto del ranking en 2023/24. En cuanto al valor económico, supera por muy poco al **pimiento**, que ocupa el tercer lugar. No se producen cambios significativos en el resto de productos.

Producción comercializada (%) 2024/25



Valor económico (%) 2024/25



Ranking de comercialización			
Cantidad comercializada		Valor económico	
1	Tomate eco	1	Tomate eco
2	Pepino eco	2	Pepino eco
3	Sandía eco	3	Pimiento eco
4	Pimiento eco	4	Sandía eco
5	Calabacín eco	5	Calabacín eco
6	Berenjena eco	6	Berenjena eco

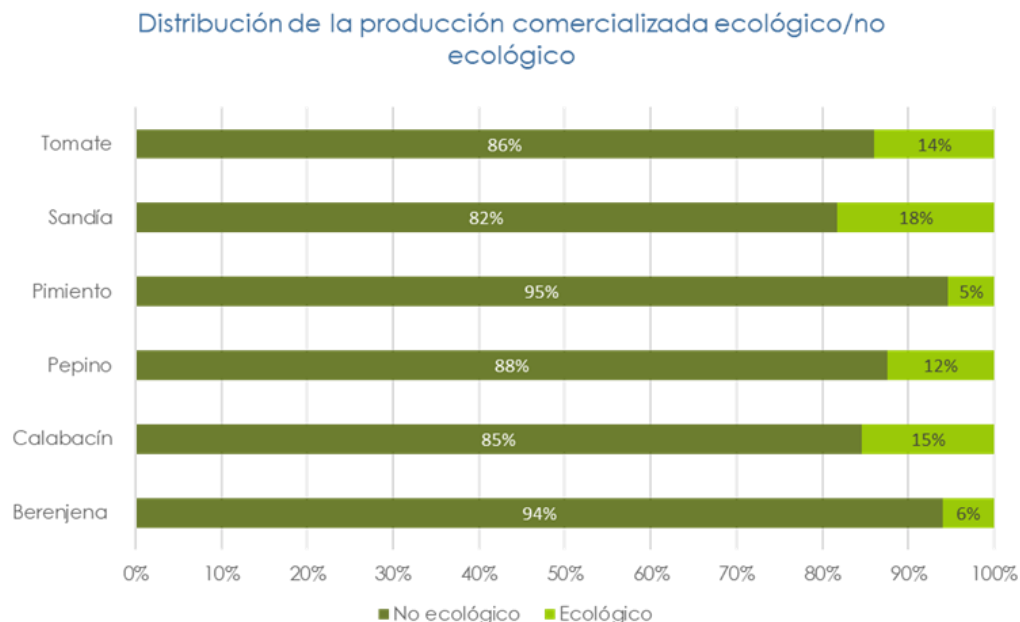
Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni desríos. El precio en origen considerado en el cálculo del valor económico incluye el producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



1. Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos

A partir de los datos aportados por las empresas colaboradoras del Observatorio de precios y mercados, se muestra la **importancia de la producción ecológica** frente a la no ecológica, especialmente en sandía, calabacín, pepino y tomate. Respecto a los datos de la pasada campaña, es significativo el aumento del 5% en la cuota del calabacín ecológico frente al no ecológico.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Las cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. El precio en origen considerado en el cálculo del valor económico incluye el producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.

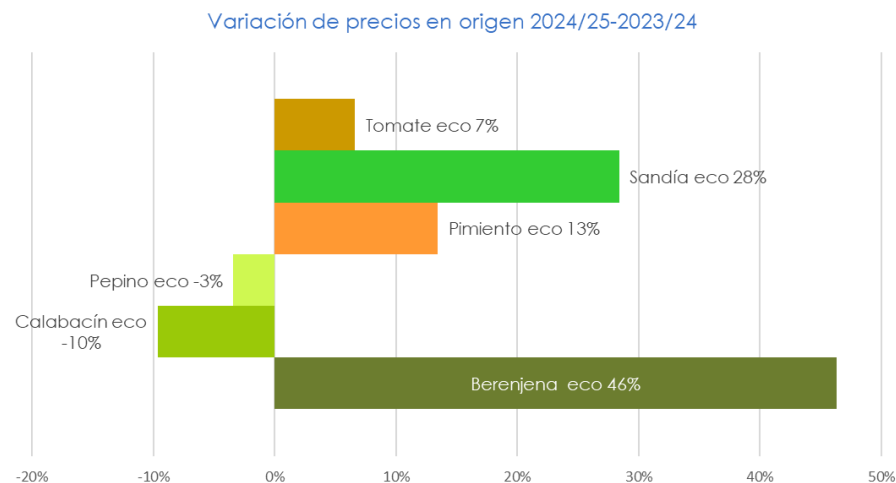
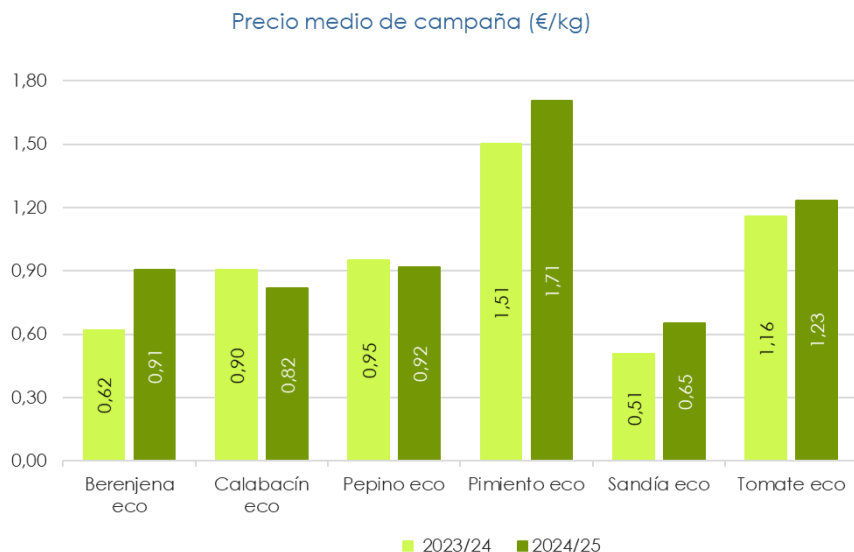


1. Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos

Respecto a los precios percibidos por el agricultor en producción ecológica en la campaña 2024/25, las cotizaciones medias de todos los productos han aumentado respecto a la campaña anterior, con excepción de pepino y calabacín, que disminuyen su valor un 3% y 10%, respectivamente. Berenjena y sandía son las hortalizas más favorecidas por distintas causas.

En el caso de la berenjena ecológica, se reduce la superficie de cultivo después de los resultados de la campaña 2023/24. Una oferta más ajustada (-21%), e incluso escasa en periodos clave de la campaña, impulsa al alza el precio medio en origen, que aumenta un 46%.

La campaña de sandía se ha desarrollado en un contexto de menor competencia externa en el mercado y una demanda fuerte en el periodo de mayor producción, debido a las cálidas temperaturas del mes de mayo en Europa. Estos factores unidos a un ligero descenso de la oferta almeriense de sandía ecológica, han propiciado un crecimiento del 28% del precio medio de liquidación al agricultor en 2024/25.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. El precio en origen considerado en el cálculo del valor económico incluye el producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



1. Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos

A pesar de un ligero aumento de la superficie de cultivo, la oferta de **pimiento ecológico** se ha mantenido prácticamente estable con respecto a la campaña anterior. Las mayores dificultades del control del *Thrips parvispinus* en producción ecológica han incidido en la calidad del fruto y en una menor duración de la campaña de pimiento California, adelantando las fechas de arranque al mes de abril para evitar los meses más complicados, disminuyendo la producción. El precio en origen ha registrado una subida del 13% en la campaña 2024/25.

El **tomate ecológico** mejora discretamente sus resultados. Mientras la oferta de tomate ecológico se retrae un 8%, su cotización media es un 7% superior. Destaca la lucha contra el virus rugoso del tomate (ToBRFV), virus que se transmite por contacto y que gracias a la fuerte implantación de nuevas variedades con resistencia ha reducido el impacto económico ocasionado.

Las hortalizas ecológicas que han obtenido precios inferiores a la campaña precedente han sido el pepino (-3%) y el calabacín (-10%). El **pepino ecológico** registra un nivel de oferta muy superior al de la campaña pasada, aunque la demanda amortigua la caída del precio, que disminuye ligeramente. En 2024/25 también existe una mayor disponibilidad de la cantidad ofertada de **calabacín ecológico** (27%). El exceso de oferta se produce tanto en producción ecológica como no ecológica. Este hecho se observa a partir de enero y se intensifica en los meses de abril y mayo, incrementándose la cantidad comercializada de calabacín ecológico respecto a los mismos meses de la campaña anterior un 71% y 89%, respectivamente. El nivel mayor de oferta afecta al precio medio de liquidación al agricultor que disminuye un 10%, alcanzando 0,82 €/kg en la campaña 2024/25.

La producción ecológica de hortalizas de invernadero se enfrenta a retos importantes a nivel agronómico, como la adaptación a unas condiciones cambiantes provocadas por el cambio climático, que influye en los ciclos de cultivo directa o indirectamente creando condiciones favorables para la proliferación de plagas, enfermedades y virus que ocasionan más mermas y defectos estéticos en la producción. Las principales plagas y virus que se han incrementado en las últimas campañas son la araña roja y el *Thrips parvispinus*, junto a virus como el virus rugoso del tomate (ToBRFV) y el de reciente aparición, virus del amarilleo del pimiento (PeWBVYV), transmitido por la mosca blanca.

Aunque la biodiversidad y el mayor dominio del control biológico suponen un ventaja competitiva en la producción ecológica, este tipo de producción está limitado en los métodos de lucha contra plagas. Por este motivo, se ajustan los ciclos de cultivo, con fechas de trasplante más tardías y, en ocasiones, el adelanto de las fechas de arranque. Se trata de reducir la exposición en momentos de mayor incidencia de plagas.

A nivel económico, el agricultor de hortalizas de invernadero ecológicas se enfrenta a unos mayores costes de producción que la producción no ecológica, que en ocasiones no se ven compensados por la diferencia en las cotizaciones y rentabilidad entre los dos tipos de producción, ecológica y no ecológica.



1. Resumen de la campaña de hortalizas protegidos ecológicos

En 2025, en medio de un contexto geopolítico cambiante, el consumo de hortalizas ecológicas en Europa varía según el país. Mientras que la producción ecológica de hortalizas sigue creciendo, especialmente en España y otros países de la UE, el consumo interno se muestra más desigual: algunos países como Italia muestran signos de recuperación, mientras que otros como Alemania y Francia han experimentado caídas o estancamientos en su mercado interno. A nivel general, se observa una creciente demanda de productos ecológicos, aunque la coyuntura económica y las estrategias de mercado influyen directamente en el comportamiento del consumidor.

A pesar del liderazgo en la producción andaluza de hortalizas ecológicas en España, el consumo nacional no está al mismo nivel. El consumo nacional de frutas y hortalizas cae en 2025, aunque el consumo general de alimentos ecológicos ha crecido. Al igual que otros mercados, España es muy sensible al factor precio y es necesario incidir en divulgación de los aspectos positivos de la producción ecológica en términos de sostenibilidad y bienestar social.

El antiguo modelo de distribución de hortalizas ecológicas, basado en las tiendas especializadas, ha evolucionado hacia un modelo de predominio de la oferta y las ventas en supermercados y discount, que han ampliado significativamente su surtido de frutas y hortalizas ecológicas, facilitando el acceso a estos productos y contribuyendo a un mayor consumo. Al mismo tiempo se está produciendo un cambio hacia materiales más sostenibles en los envases, como el papel reciclado o materiales biodegradables, con el objetivo de reducir residuos.

El papel predominante de los operadores mixtos que ofertan hortalizas ecológicas y no ecológicas en el mismo punto de venta, les confiere la capacidad de ejercer una mayor presión a la baja en el diferencial de precios ecológico-no ecológico.

En la campaña 2024/25 se aprecia un crecimiento positivo en parámetros como el precio medio de las hortalizas ecológicas y la producción comercializada, reflejando un **incremento** del **6%** en los **precios**, del **4%** de la **producción** y un aumento del **8%** en el **valor económico**. Los datos de las últimas campañas reflejan una **estabilización y consolidación** del mercado ecológico. No obstante, existe incertidumbre ante el comportamiento de los consumidores en los principales mercados de destino y una previsible y ligera reducción de la superficie de producción en origen en la próxima campaña, como respuesta de los agricultores a la disminución de rentabilidad respecto a la producción no ecológica, con las limitaciones añadidas en la lucha contra plagas y enfermedades.

Las tareas pendientes en la situación actual del sector pasan por ajustar los costes de producción de las hortalizas ecológicas, al mismo tiempo que fomentar su consumo y lograr una mejor comunicación y difusión de los valores del modelo de producción ecológica.



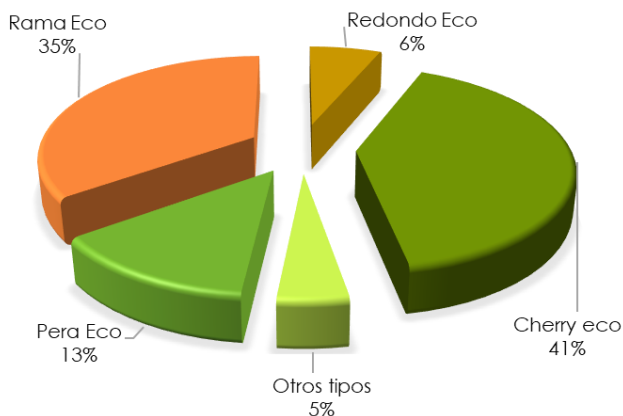
2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.1. Precios en origen: tomate

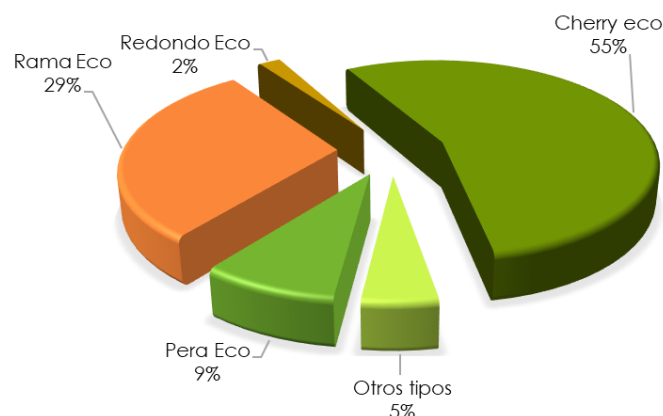
Según los datos de empresas colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados, en la campaña 2024/25, el cherry acapara el 55% del valor económico percibido por los agricultores con un 41% de la producción comercializada de tomate.

Cherry y rama representan el 76% de la producción comercializada y el 84% del valor económico del tomate protegido ecológico.

Distribución de tomate por tipos comerciales (% cantidad)



Distribución de tomate por tipos comerciales (% valor económico)



Ranking de comercialización de tomate ecológico

Cantidad comercializada		Valor económico	
1	Cherry eco	1	Cherry eco
2	Rama eco	2	Rama eco
3	Pera eco	3	Pera eco
4	Redondo Eco	4	Otros tipos
5	Otros tipos	5	Redondo Eco



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

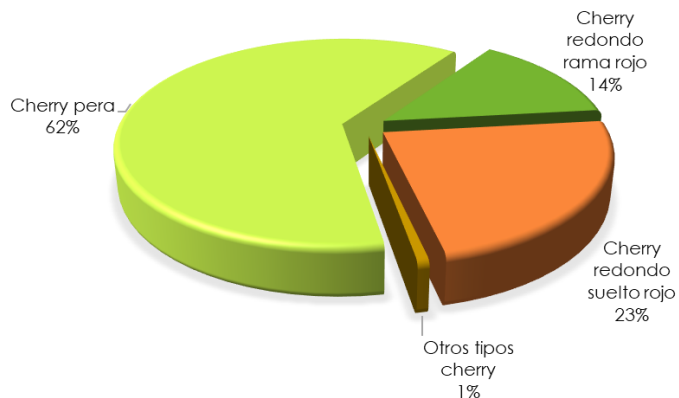
Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen se considera el producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



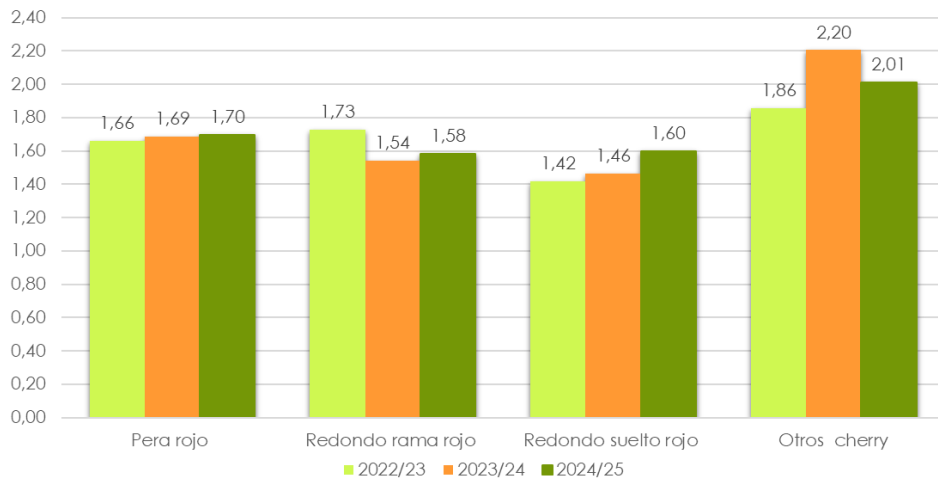
2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.2. Precios en origen: tomate cherry ecológico

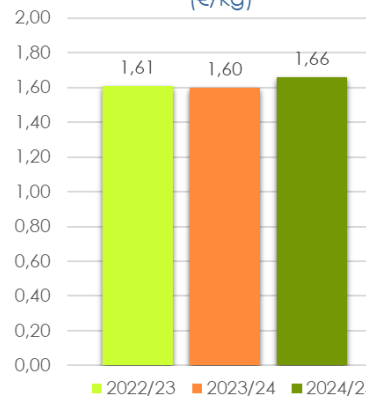
Distribución de tomate cherry ecológico por tipos comerciales (% cantidad)



Precio medio de campaña por subtipo de tomate cherry ecológico (€/kg)



Precio medio de campaña (€/kg)



24/25 vs 23/24:
+4% ↗



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: El cherry pera incluye tanto variedades de recolección en suelto como en rama.

Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos.

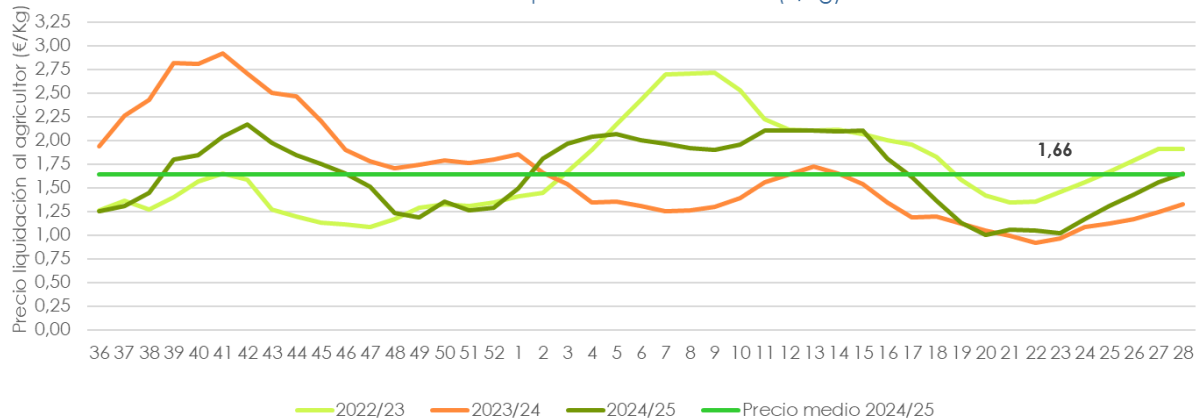
El precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



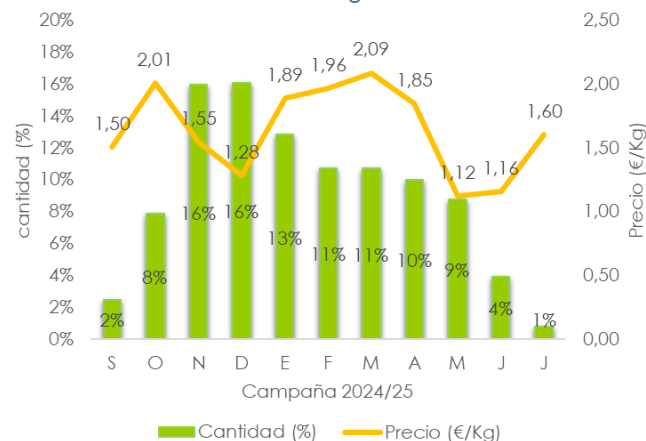
2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.2. Precios en origen: tomate cherry ecológico

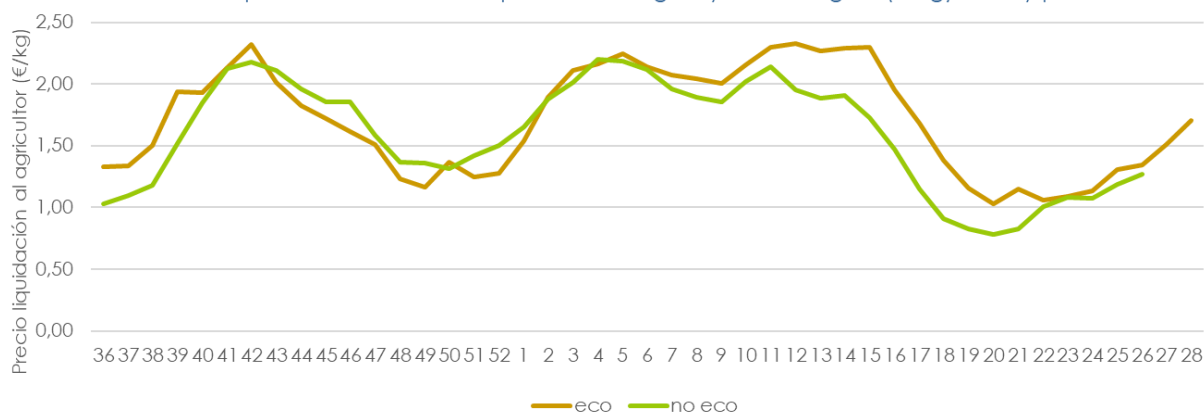
Evolución del precio medio semanal (€/kg)



Precios mensuales y cantidad comercializada en origen



Comparativa evolución de precios ecológico y no ecológico (€/kg): cherry pera



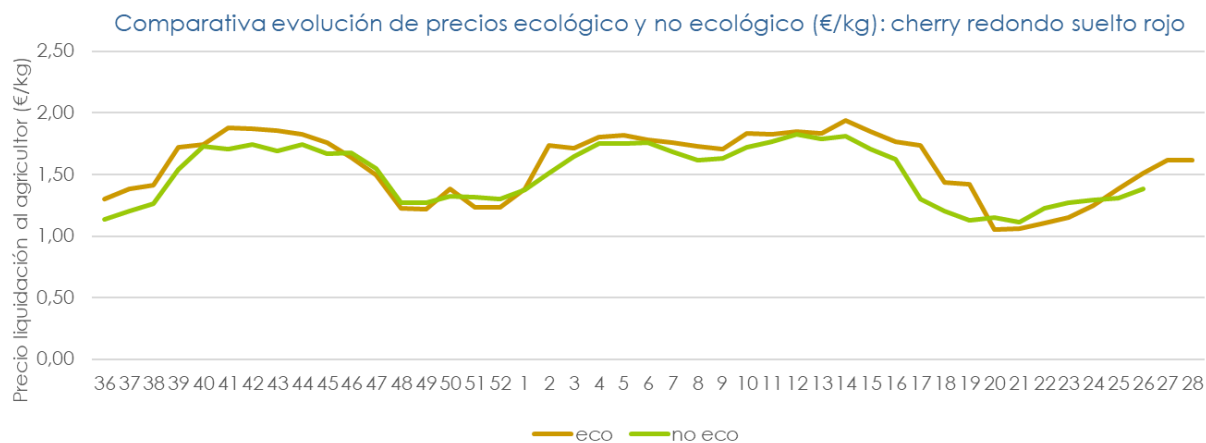
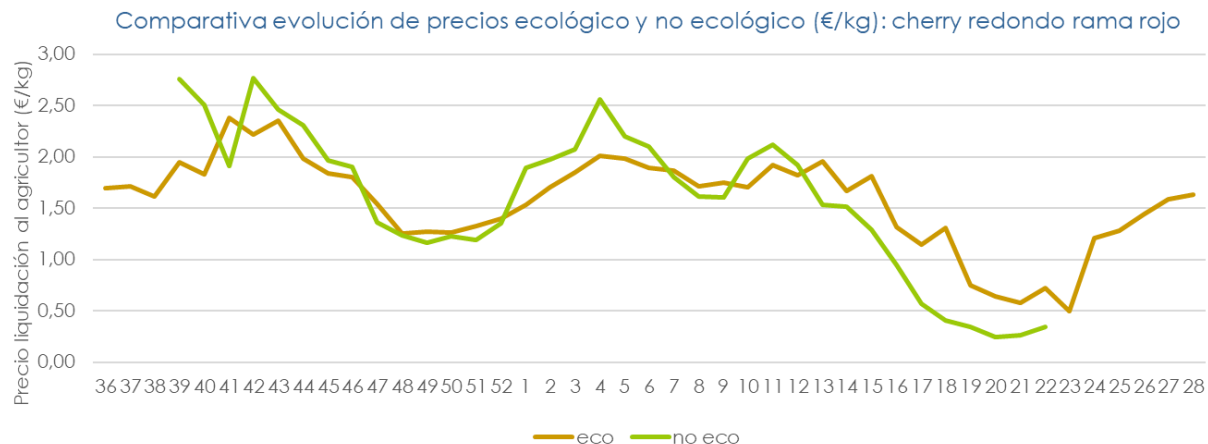
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.2. Precios en origen: tomate cherry ecológico



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen se incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.3. Resumen de la campaña: tomate cherry

El cherry es la hortaliza estrella de la producción ecológica tanto por la cantidad comercializada como por el valor económico. El **precio medio** percibido por el agricultor de tomate cherry alcanza 1,66€/kg en 2024/25, 6 céntimos superior al valor registrado en la campaña anterior mientras que la producción comercializada crece muy poco, un 4% según los datos de empresas colaboradoras del Observatorio de precios y mercados. Se alcanza el precio más alto de las tres últimas campañas, aunque se observa una estabilidad en las cotizaciones de un producto con un mercado muy consolidado.

El cherry pera encabeza la representatividad en producción ecológica, con un 62% del tomate, seguido por el cherry redondo suelto con un 23%. En 2024/25 crece un 25% la producción comercializada de cherry pera, continuando con la tendencia de los últimos años que refleja la aceptación por parte del mercado de variedades más dulces y con mayor sabor. Sin embargo, es el único tipo de cherry que crece, el resto ven disminuida su oferta algo menos del 20%.

Respecto a los retos fitosanitarios, el aumento generalizado de las temperaturas ha intensificado el nivel de plagas, especialmente mosca blanca y araña roja en las dos últimas campañas. En el tomate, destaca la lucha contra el virus rugoso del tomate ToBRFV, virus que se transmite por contacto y que gracias a la fuerte implantación de nuevas variedades de cherry con resistencia ha reducido el impacto económico ocasionado. Sin embargo, Marruecos ha registrado una fuerte expansión de este virus en Agadir (región de Souss-Massa-Draa) y Dakla (Sahara Occidental), principales zonas productoras de tomate en invernadero.

En cuanto a la **brecha media del precio ecológico-no ecológico**, se mantienen en márgenes muy estrechos en el tomate cherry. En el cherry rama y cherry pera los diferenciales de precio ecológico-no ecológico suponen un 7% y un 4%, respectivamente. El cherry redondo suelto es el subtipo con mayor brecha ecológico-no ecológico (11%).

En todo caso, hay que señalar que la comparativa no es homogénea.

- Tomate cherry pera: existe una heterogeneidad en la composición de variedades comerciales. El cherry pera se recolecta y comercializa en mayor proporción en rama en producción no ecológica.
- Tomate cherry rama: se comercializa normalizado y envasado en cartón en producción no ecológica en un porcentaje alto.

Comparativa del precio en origen de tomate cherry ecológico y no ecológico				
Tomate cherry	Precio eco (€/kg)	Precio no eco (€/kg)	Diferencia (€/kg)	Diferencia (%)
Pera	1,70	1,64	0,06	3,9%
Redondo rama rojo	1,58	1,47	0,11	7,4%
Redondo suelto rojo	1,60	1,44	0,16	10,8%

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen se incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.3. Resumen de la campaña: tomate cherry

La producción de tomate cherry ecológico se enfrenta a retos importantes tanto en producción como en comercialización. Por el lado de la comercialización, la fuerte apuesta de la oferta de ecológico llevada a cabo por los supermercados europeos que también ofertan el producto no ecológico, presionan los precios del ecológico a la baja, para estrechar la diferencia entre ambos. Es destacable el incremento de la oferta de cherry ecológico en los establecimientos tipo discount. Tampoco ayuda la competencia de terceros países y el desarrollo de la producción marroquí de tomate cherry, cultivo muy exigente en mano de obra, y que cuenta con la ventaja competitiva de costes salariales notablemente inferiores y mayor disponibilidad de mano de obra.

Por el lado de la producción, los medios más limitados en la lucha contra plagas, enfermedades y virus en producción ecológica, incrementan las mermas en caso de afección. Este hecho, unido al aumento de costes de producción, más altos en producción ecológica, están desincentivando este tipo de producción frente a la no ecológica. Una parte de las explotaciones están “migrando” a la producción no ecológica, lo que conlleva a una estabilización de la “tasa de conversión”.

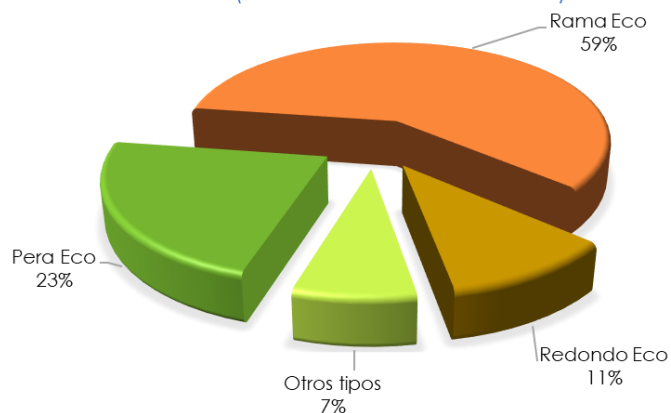
En definitiva, las cifras de precios y producción comercializada de tomate cherry en las tres últimas campañas denotan una estabilización de este producto, a pesar de que en 2024/25 se produce una leve mejoría de los resultados obtenidos en la campaña anterior.



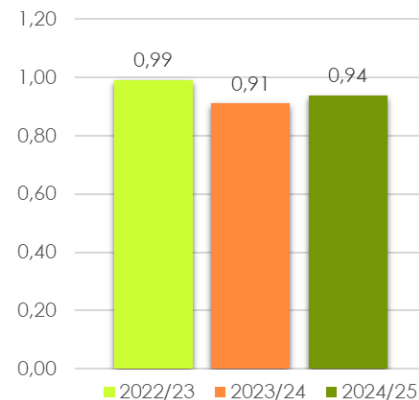
2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.4. Precios en origen: tomate ecológico (sin cherry)

Distribución de tomate sin cherry por tipos comerciales (% cantidad comercializada)



Precio medio de campaña (€/kg)



24/25 vs 23/24:
+3% ↗

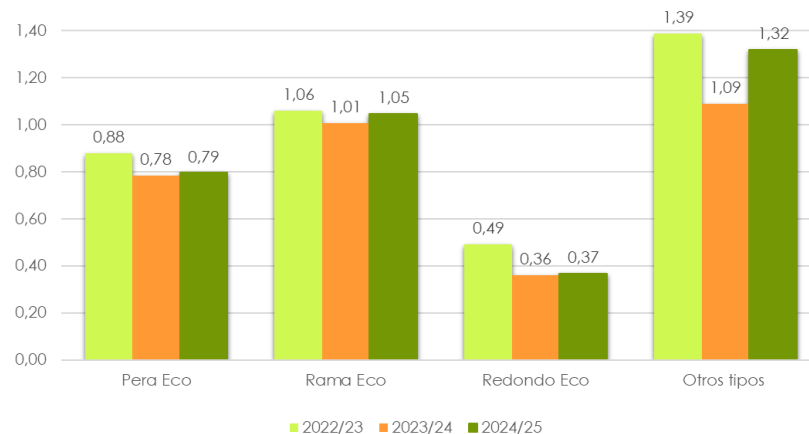
Precio de tomate ecológico (sin cherry)

Campaña 24/25 vs 23/24:

- Pera: +2%
- Rama: +4%
- Redondo: +2%
- Otros tipos: +21%



Precio medio de campaña por tipo de tomate ecológico (€/kg)



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destrós. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.

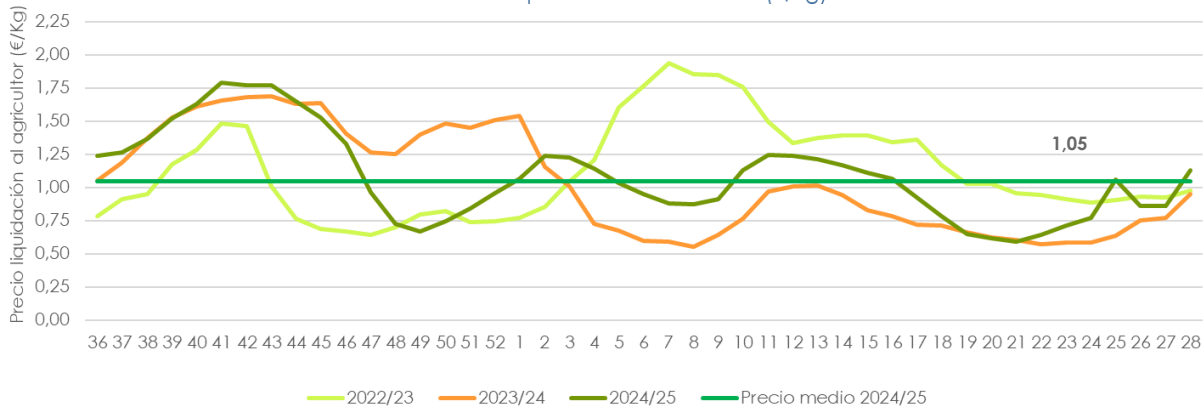


2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

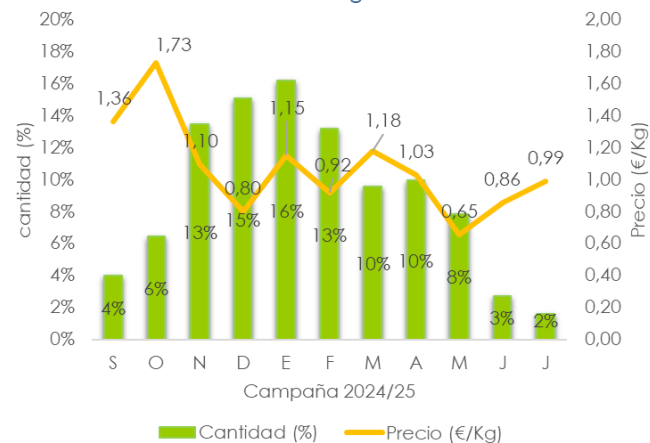
2.4. Precios en origen: tomate ecológico (sin cherry)

Tomate rama ecológico

Evolución del precio medio semanal (€/kg)

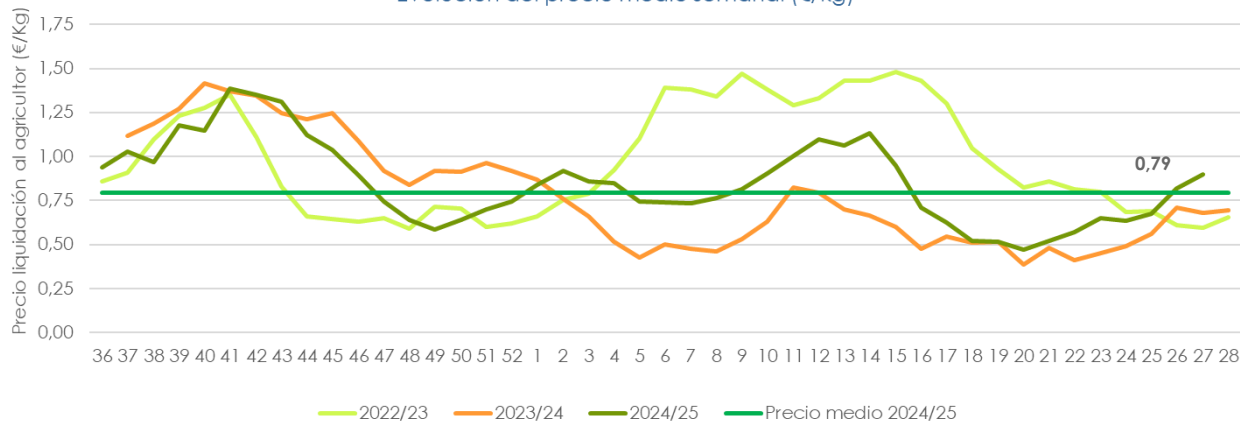


Precios mensuales y cantidad comercializada en origen

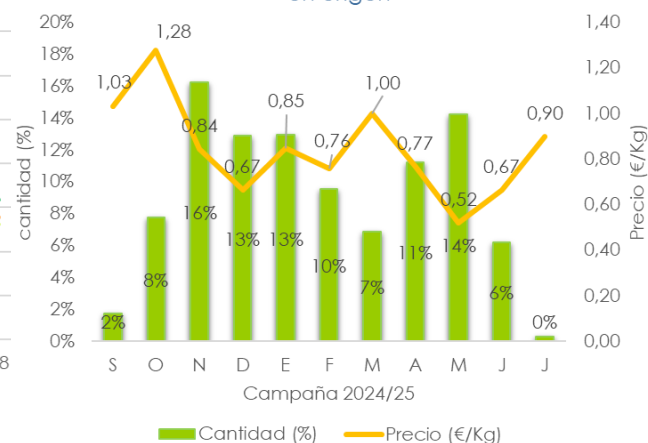


Tomate pera ecológico

Evolución del precio medio semanal (€/kg)



Precios mensuales y cantidad comercializada en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

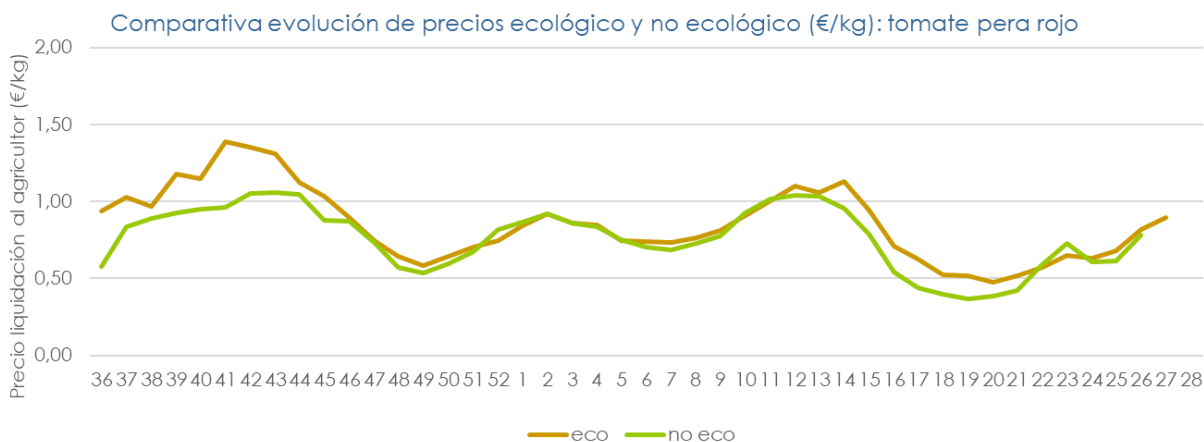
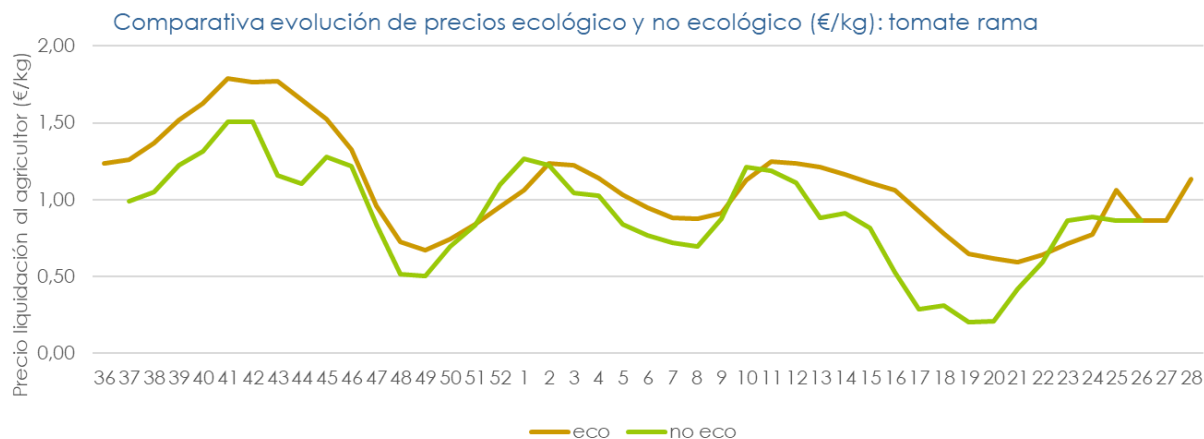
Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.4. Precios en origen: tomate ecológico (sin cherry)

Comparativa del precio del tomate (sin cherry) eco y no eco



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen se incluye producto certificado bajo la normas producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.4. Precios en origen: tomate ecológico (sin cherry)

Aunque se compara el precio de distintas tipologías de tomate, es importante señalar que la composición es heterogénea en producción ecológica y no ecológica, existiendo también algunas diferencias notables en la comercialización. Destaca la importancia de la subasta normalizada en la comercialización en origen de tomate no ecológico, aunque su importancia varía en función del tipo comercial. Las diferencias más destacadas y que repercuten en el precio percibido por el agricultor se detallan a continuación:

- El **tomate ramo** no ecológico se comercializa mayoritariamente a través del sistema de subasta, predominando la venta del producto normalizado y envasado. Incluso se subasta envasado en cartón, aunque en una proporción muy variable según la campaña. Sin embargo, el tomate ramo ecológico se oferta al mercado a través de comercializadoras en origen.
- La subastas en origen tienen importancia pero son menos relevantes en el **tomate pera** no ecológico. La comercialización de este tomate recae mayoritariamente en comercializadoras, principalmente cooperativas. No obstante, en las subastas encontramos tomate pera envasado en cartón y el pera recolectado en rama, con mayor valor añadido. En producción ecológica es anecdótica la presencia del **tomate pera alargado** mientras que en producción no ecológica, aunque minoritario, tiene mayor presencia (13%).
- El **tomate redondo ecológico** comprende mayoritariamente tomate suelto del ramo, mientras que el tomate redondo no ecológico agrupa en mayor proporción variedades con mayores calibres que se recolectan como piezas sueltas, y que tienen un valor económico mayor. Además, el tomate redondo no ecológico se comercializa mayoritariamente a través de la subasta normalizada. Por estos motivos no procede la comparativa de este tipo comercial de tomate en ambos tipos de producción.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.5. Resumen de campaña: tomate ecológico (sin cherry)

Según datos de empresas colaboradoras del Observatorio de precios y mercados, se estima un descenso del 15% en la oferta comercializada de tomate ecológico (sin cherry) en la campaña 2024/25, que ha ido acompañado de un aumento del precio de liquidación al agricultor del 3% respecto a la campaña 2023/24. Los datos del tomate ecológico (sin cherry) ponen de manifiesto la estabilización en las cotizaciones en las últimas campañas.

Disminuye la oferta de tomate ecológico de todos los tipos comerciales con excepción del tomate redondo que aumenta notablemente aunque tiene una representatividad baja, del 11%. Esto se debe a una mayor proporción de tomate de suelto de mayor calibre aunque siga siendo minoritario ante los tomates sueltos del tomate rama. Destaca el descenso de la producción comercializada de tomate pera ecológico por dos motivos: algunas comercializadoras han dejado de ofertar este tipo de tomate y otras han reducido en sus planificaciones de campaña la superficie de cultivo.

Como ocurre en el caso del cherry, la incidencia del virus rugoso del tomate se ha reducido por la mayor presencia de variedades resistentes. No obstante, el tomate ecológico está sometido a una mayor presión de plagas, consecuencia del cambio climático.

Respecto a otros orígenes de producción, las comercializadoras andaluzas notan una mayor influencia en el mercado del tomate procedente de Marruecos y Turquía, aunque esta última campaña la producción marroquí se ha visto bastante mermada por el virus rugoso del tomate y la alta incidencia de plagas.

En cuanto a la **brecha media del precio ecológico-no ecológico 2024/25**, se obtienen diferenciales muy distintos en tomate pera y tomate rama. El tomate pera ecológico se valora un 10% más y el tomate rama un 25%. En valores absolutos estas diferencias alcanzan 7 y 21 céntimos por kilo, respectivamente. Respecto a la campaña precedente, la brecha se mantiene similar en valor absoluto en el tomate rama situándose en niveles habituales. Sin embargo, se ajusta notablemente en el tomate pera debido a diferencias notables en la composición varietal y en la comercialización del producto. En el tomate pera no ecológico, ha crecido la normalización y el envasado en cartón en las subasta en origen. Esta situación difiere en la pera ecológica, que no se comercializa en origen a través de subasta y es un mercado menos representativo en variedades con bajo contenido en agua y menos semillas, características útiles para la restauración y catering.

A pesar de las diferencias en la comercialización de ambos tipos de producciones, se deja notar la presión de los operadores mixtos que estrechan el diferencial de precios entre ecológico y no ecológico.



2. Análisis de la campaña de tomate ecológico

2.5. Resumen de campaña: tomate ecológico (sin cherry)

Comparativa del precio en origen de tomate ecológico y no ecológico (€/kg)			
2024/25	Ecológico	No ecológico	Diferencia
Tomate pera	0,79	0,72	10,4%
Tomate rama	1,05	0,84	24,9%

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: La comparativa de tomate pera no incluye el tomate pera alargado. Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos.

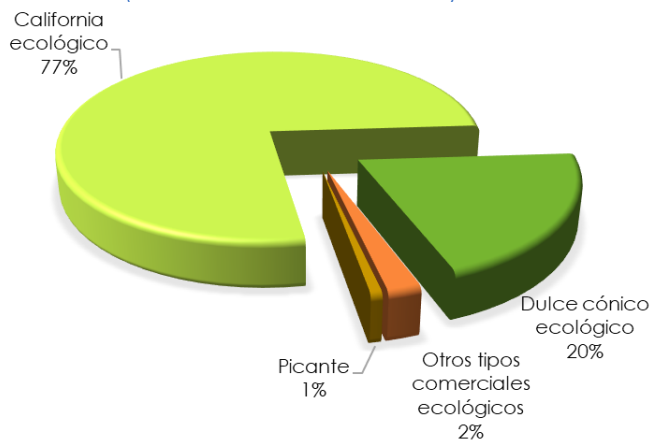
En el precio en origen se incluye producto certificado bajo la normas producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



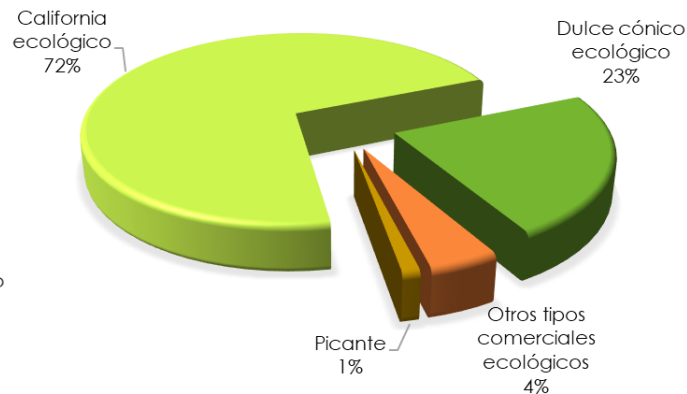
3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

3.1. Precios en origen

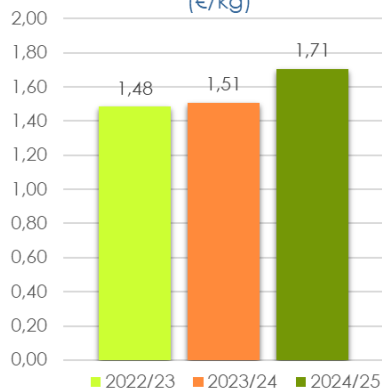
Distribución de pimiento por tipos comerciales (% cantidad comercializada)



Distribución de pimiento por tipos comerciales (% valor económico)



Precio medio de campaña (€/kg)



24/25 vs 23/24:

+13%



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: En la campaña 2023/24 se dispone de precios desglosados de pimiento picante ecológico por primera vez, estando englobados en otros tipos con anterioridad, por lo que se registran variaciones muy significativas en precios y cantidad.

Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos.

En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.

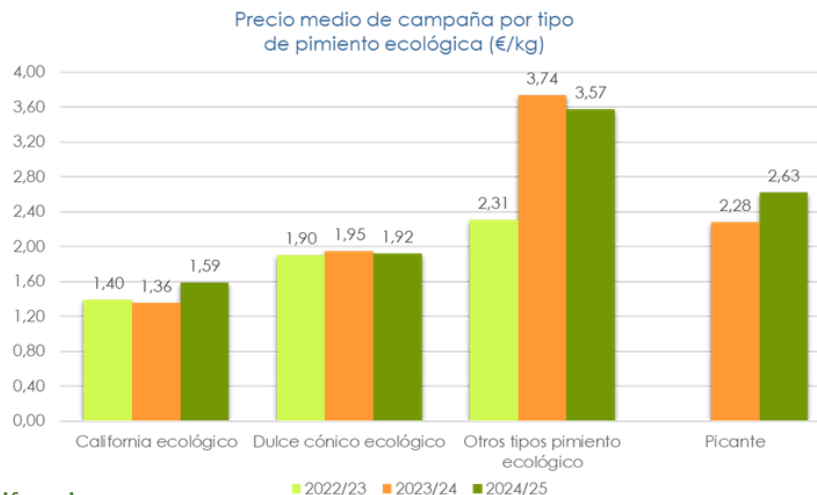


3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

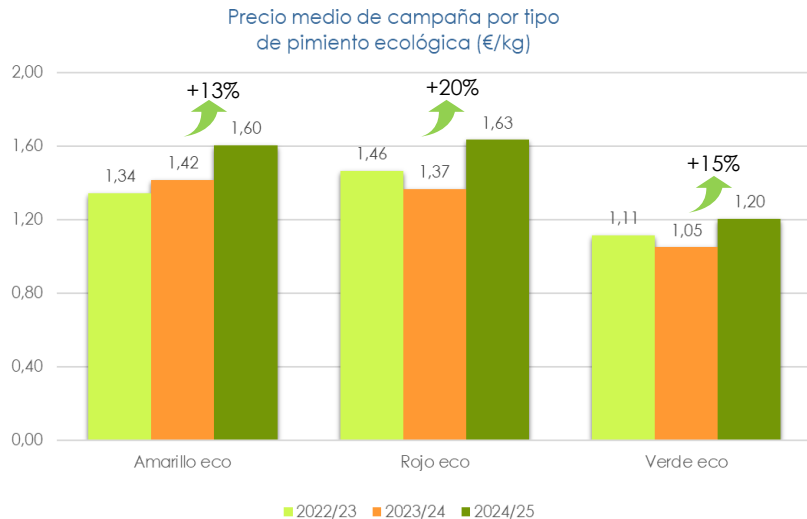
3.1. Precios en origen

Precio de pimiento ecológico Campaña 24/25 vs 23/24:

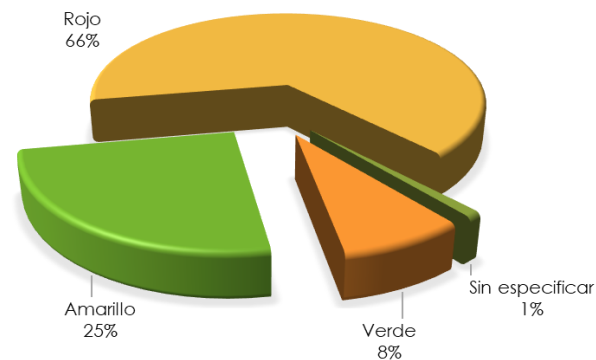
- **California: +17%**
- **Dulce cónico: -1%**
- **Picante: +15%**
- **Otros tipos: -4%**



Precios de campaña del pimiento California



Cantidad comercializada de pimiento California eco



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

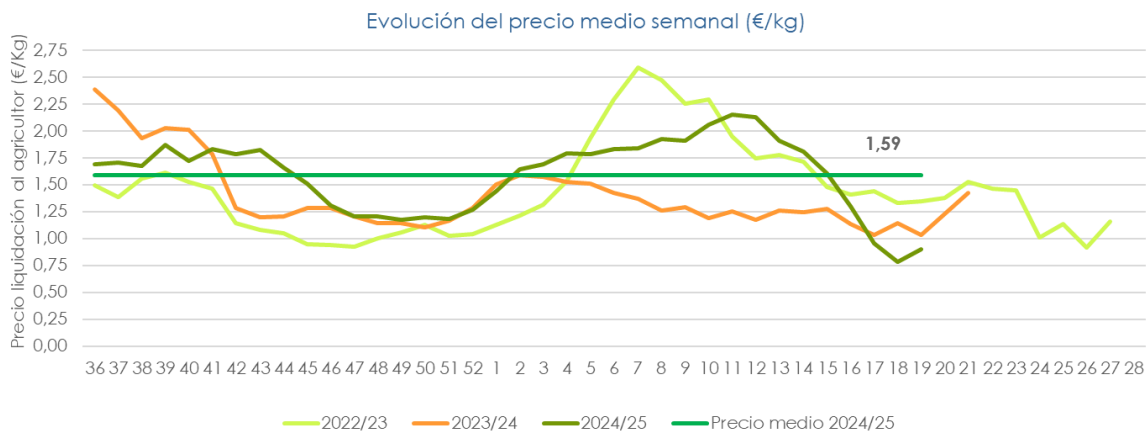
Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destrós. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



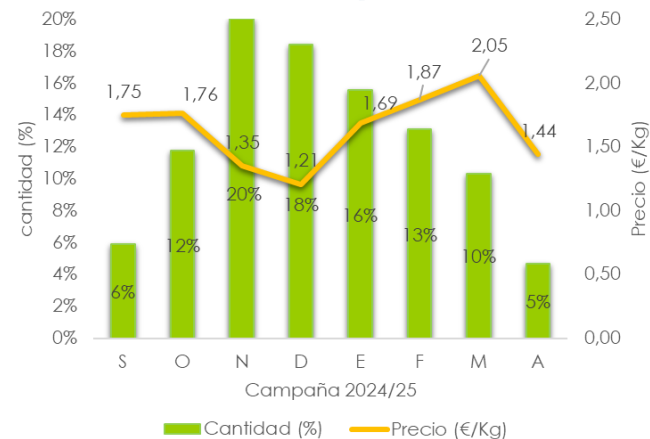
3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

3.1. Precios en origen

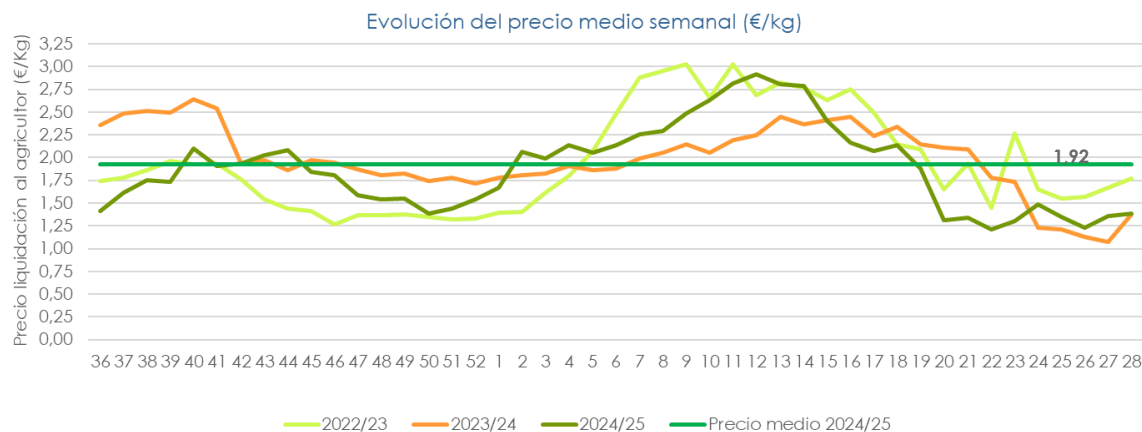
Evolución del precio del pimiento California



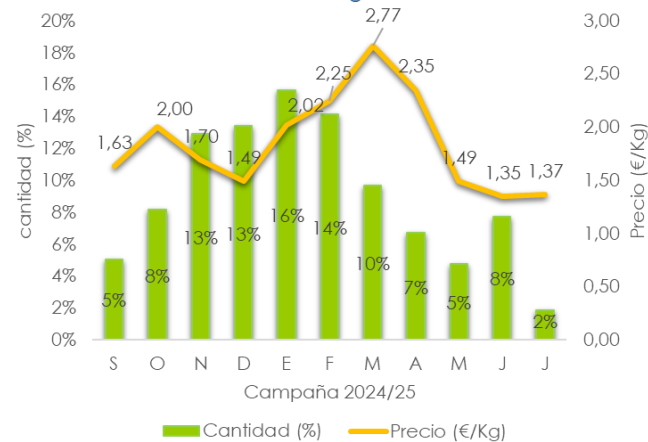
Precios mensuales y cantidad comercializada en origen



Evolución del precio del pimiento dulce cónico



Precios mensuales y cantidad comercializada en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destrós. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

3.1. Precios en origen

Comparativa del precio del pimiento eco y no eco

Comparativa evolución de precios ecológico y no ecológico (€/kg): pimiento California



Comparativa evolución de precios ecológico y no ecológico (€/kg): pimiento dulce cónico



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

3.1. Precios en origen

En las comparativas del precio de las distintas tipologías de pimiento, es importante señalar que existe una composición heterogénea en la composición y distribución varietal del mismo tipo de pimiento en producción ecológica y no ecológica.

- **El pimiento dulce cónico** en cultivo ecológico se incluyen mayoritariamente variedades de pimiento similares al pimiento italiano desde el punto de vista morfológico, pero con mayor dulzura. Comparativamente, en producción no ecológica tienen mayor peso variedades de tipo cónico, aunque el dulce italiano sea preponderante.
- **El pimiento picante** en producción no ecológica incluye más variedades de pimientos picantes como jalapeños, habaneros, tailandeses, que no se ofertan en ecológico. Esta acusada diferencia y un comienzo más tardío de la comercialización del ecológico no permite una comparativa rigurosa.
- **Otros tipos comerciales** agrupa pimientos minoritarios en cantidad. En ecológico corresponden en mayor proporción a pimientos tipo snack con elevadas cotizaciones.



3. Análisis de la campaña de pimiento ecológico

3.2. Resumen de la campaña

En la campaña 2024/25 de hortalizas ecológicas de invernadero, el pimiento ocupa el cuarto puesto en cantidad comercializada y el tercer puesto en valor económico de la producción.

El precio medio del pimiento en producción ecológica alcanza 1,71€/kg, 20 céntimos más que la campaña 2023/24 (13%) aunque no hay variaciones en la oferta en origen de esta hortaliza. Se alcanza el precio más alto de las tres últimas campañas.

Según datos del Observatorio de precios y mercados, el pimiento California ecológico supone un 77% del pimiento total comercializado en producción ecológica y un 72% del valor económico. El dulce cónico es el segundo tipo comercial en importancia con un 20% de la producción comercializada y un 23% del valor económico. No se producen cambios relevantes en la representatividad ni en la oferta en origen de estos tipos de pimiento respecto a la campaña precedente. Otros tipos de pimientos minoritarios (2%) y el pimiento picante (1%) completan el 100% de la comercialización de pimiento en cantidad.

Los expertos apuntan a un suave incremento de superficie de pimiento ecológico en 2024/25, que no se traduce en una mayor producción comercializada debido a las incidencias ocasionadas por el *Thrips parvispinus* que, afecta a la calidad comercial del fruto. El *Thrips parvispinus* es una plaga exótica invasora que se detectó en Almería en 2020 pero que ha adquirido mucha importancia en las dos últimas campañas y supone un desafío para la producción ecológica que cuenta con menos herramientas de lucha contra las plagas. Como consecuencia de la situación fitosanitaria, para correr menos riesgos se ha optado por arrancar antes las plantaciones de pimiento California, finalizando la campaña almeriense en abril, antes que campañas precedentes. El momento coincide con el comienzo de la campaña murciana de pimiento que toma el relevo de la campaña andaluza.

El **precio medio** del pimiento California ecológico se incrementa respecto a 2023/24 un 17%, que equivale a 23 céntimos por kilo en valor absoluto. Sin embargo, el pimiento dulce cónico ecológico cotiza a 1,92€/kg, 3 céntimos por debajo del valor de 2023/24 (-1%).

Respecto a la **brecha media del precio ecológico-no ecológico**, en ambos tipos comerciales se sitúa cercana al 30%, valores muy similares a los de la campaña anterior y que, según expertos, corresponde a un diferencial "habitual" en las compras de la distribución organizada.

Comparativa del precio en origen de pimiento ecológico y no ecológico (€/kg)			
Campaña 2024/25	Ecológico	No ecológico	Diferencia
Pimiento California	1,59	1,22	30,3%
Pimiento dulce cónico	1,92	1,45	32,7%

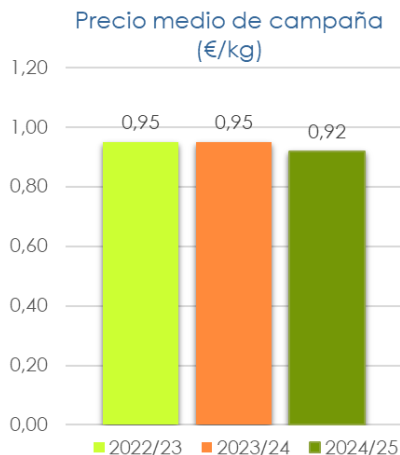
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos. En el precio en origen incluye producto certificado en producción ecológica, finalizado el período de conversión.



4. Análisis de la campaña de pepino ecológico

4.1. Precios en origen

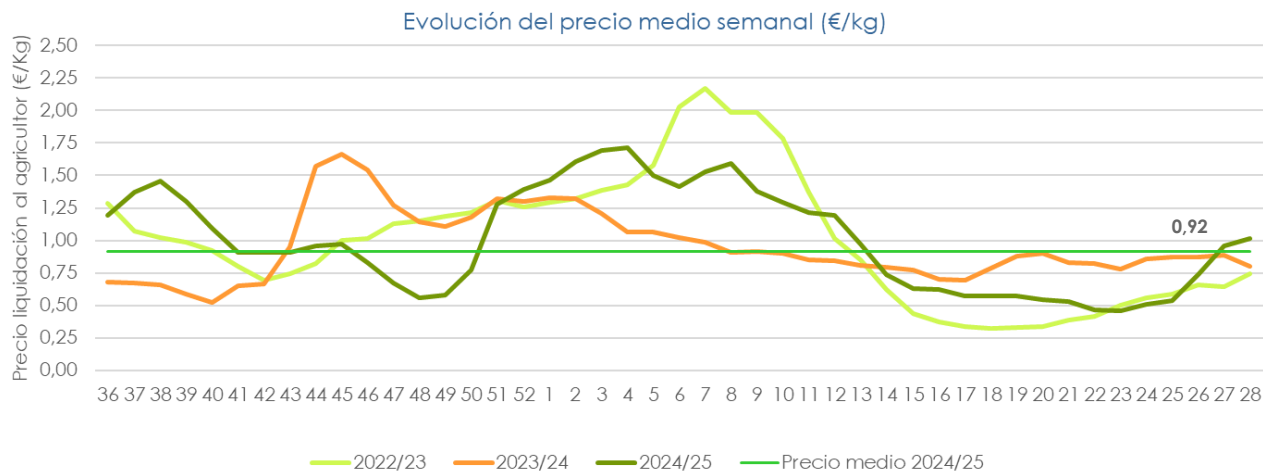


24/25 vs 23/24:

-3% ↘

El 97% del pepino ecológico comercializado en 2023/24 es pepino tipo Almería.

- Precio pepino Almería: -5% ↘
- Precio pepino otros tipos: +32% ↗



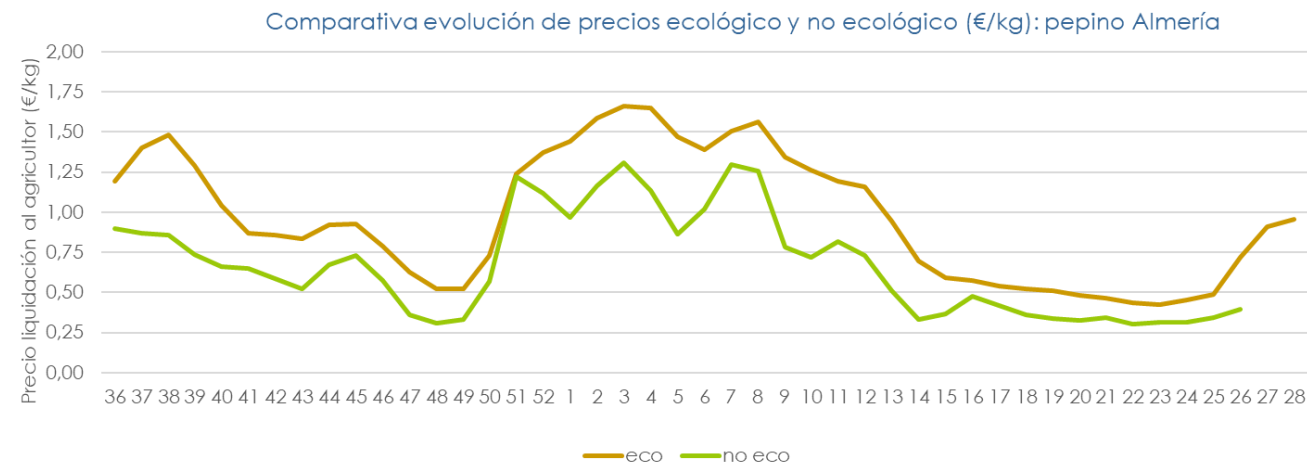
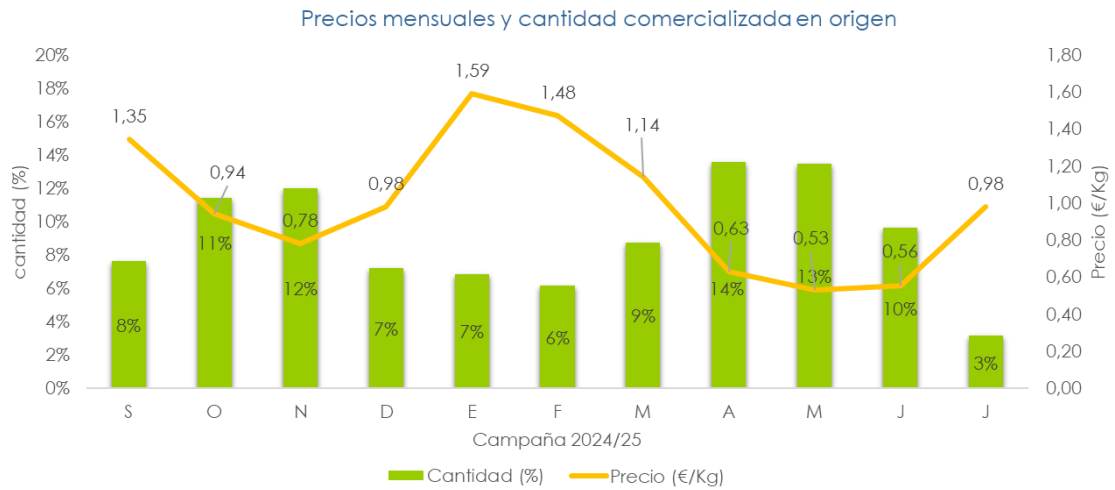
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a pepino Almería comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



4. Análisis de la campaña de pepino ecológico

4.1. Precios en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota : Los precios y cantidades corresponden a pepino Almería comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



4. Análisis de la campaña de pepino ecológico

4.2. Resumen de campaña

Según los datos de empresas colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados, en la campaña 2024/25 el pepino se sitúa en el segundo puesto en cantidad comercializada y valor económico. Respecto a las hortalizas ecológicas de invernadero andaluzas, recupera el puesto que perdió en 2023/24. En ambos parámetros, cantidad comercializada y valor económico, sigue en importancia al tomate.

En cuanto a la **cotización** del pepino ecológico en 2024/25 alcanza 0,92€/kg, 3 céntimos más bajo que la campaña precedente a pesar de un incremento notable de la comercialización. Se observa una estabilidad muy marcada en las tres últimas campañas.

La incorporación en las variedades de pepino de nuevas resistencias al virus del moteado verde (CGMMV) y Nueva Delhi, además de las habituales, está mitigando la incidencias de estos virus en la producción.

En la evolución semanal de precios de las tres últimas campañas destacan las bajas cotizaciones del pepino en origen en el periodo que transcurre desde noviembre hasta mediados de diciembre, mucho más bajas que las dos campañas precedentes. Las elevadas temperaturas de Almería y Granada en ese momento impulsaron la producción del pepino, provocando una sobreoferta en el mercado no ecológico que lastra la valoración del ecológico y dificulta la comercialización del mismo. En contraposición, en diciembre, enero y febrero se comercializa un 20% de la producción comercializada de la campaña, un 7% inferior al porcentaje de los mismos meses de la campaña 2023/24, impulsando al alza los precios.

Prácticamente toda la producción de pepino ecológico corresponde al **tipo comercial Almería (97%)**. El pepino francés y mini completan el 3% restante y muy pocas empresas lo han incluido en su oferta.

A lo largo de todas las semanas de la campaña 2024/25 el precio de liquidación del pepino Almería ecológico es superior al valor del no ecológico.

La brecha de **precio ecológico-no ecológico** del pepino Almería alcanza un 24%, en valores absolutos supone 18 céntimos por kilo. Esta diferencia eco-no eco varía muy poco respecto a la pasada campaña.

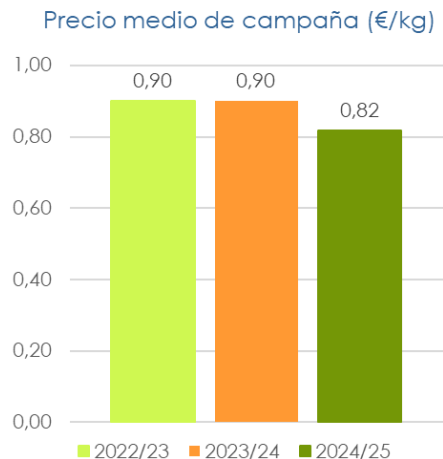
En los periodos de precios bajos se estrecha el margen, mostrando la influencia de las cotizaciones del no ecológico en la comercialización del ecológico. No obstante, y como norma general, las fluctuaciones son menos bruscas en el mercado del ecológico.



5. Análisis de la campaña de calabacín ecológico

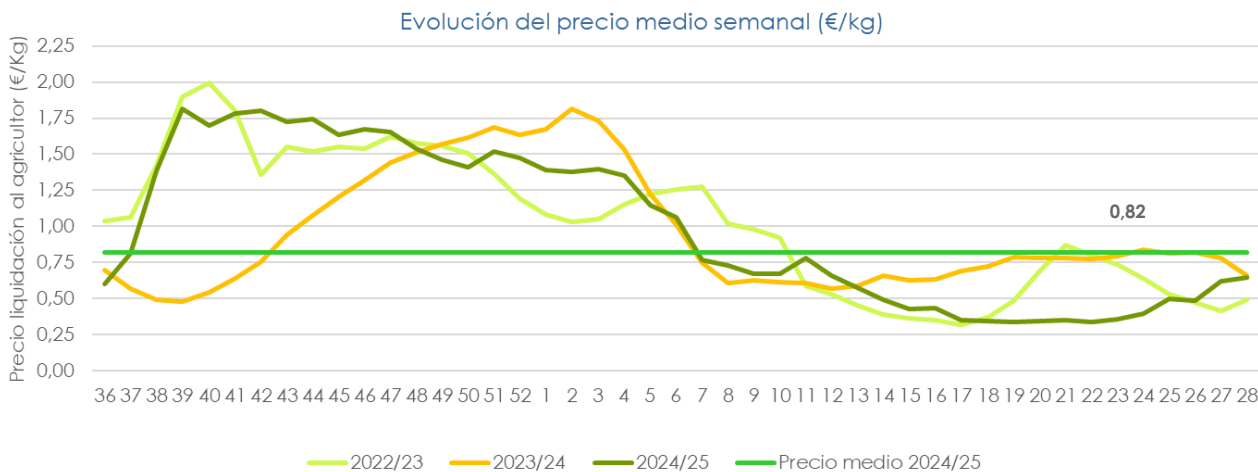
5.1. Precios en origen

Se permite la reproducción total o parcial de la información incluida en esta publicación, citando su procedencia.



24/25 vs 23/24:

-10% ↓



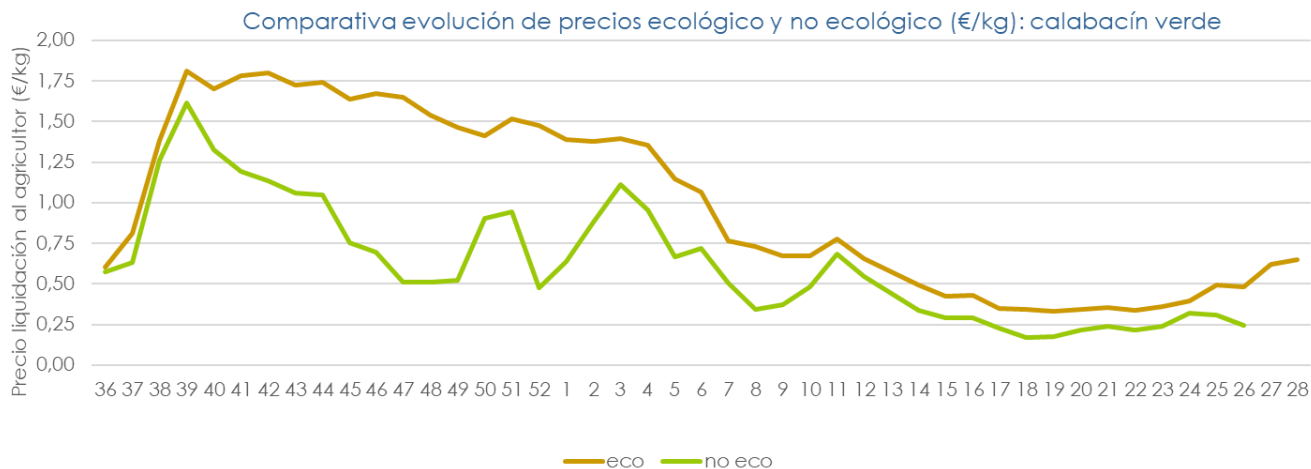
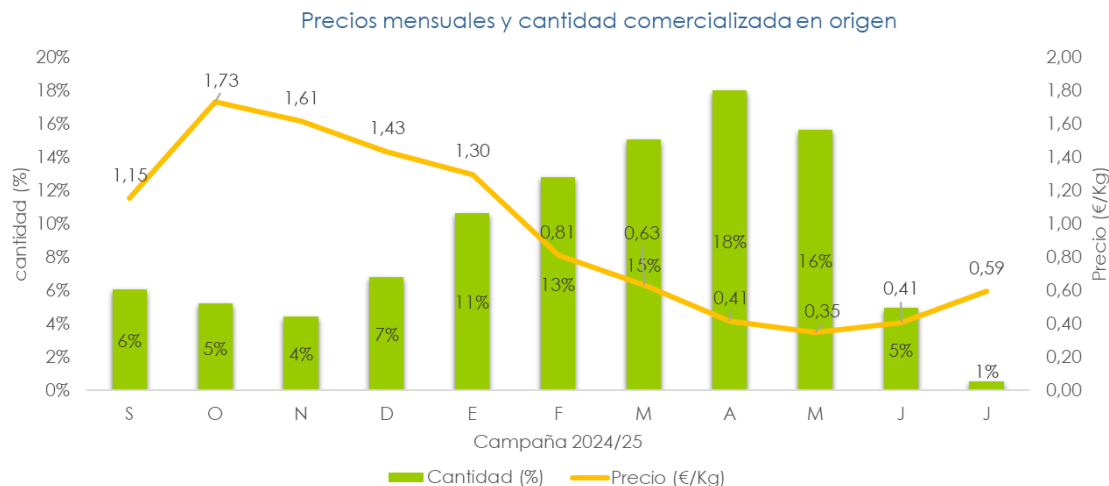
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a calabacín comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



5. Análisis de la campaña de calabacín ecológico

5.1. Precios en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025 provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



5. Análisis de la campaña de calabacín ecológico

5.2. Resumen de campaña

Según los datos de empresas colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados, en la campaña 2024/25 el **calabacín ecológico** alcanza el quinto puesto en producción comercializada, por delante de la berenjena. El mismo quinto puesto ostenta el calabacín en el ranking de valor económico, aunque está muy cerca del lugar correspondiente a la sandía que ocupa el cuarto lugar.

La oferta comercializada de calabacín ecológico en el primer trimestre de la campaña 2024/25 es inferior (-10%) a la campaña precedente y conlleva cotizaciones más elevadas. A pesar de un ligero retraso en los trasplantes, se observa una mayor presencia de virosis en los invernaderos de Níjar al comienzo de la campaña, especialmente el virus de Nueva Delhi (ToLCNDV), transmitido por la mosca blanca, y potyvirus transmitidos por el pulgón, como por ejemplo el virus del Mosaico del Calabacín (ZYMV). En los invernaderos más afectados se arranca la plantación y en los casos menos graves se ve afectada la calidad comercial de los frutos, disminuyendo el rendimiento. El control de estos virus se centra en el uso de variedades con resistencias a potyvirus y la gestión de vectores como la mosca blanca para controlar el Virus de Nueva Delhi (ToLCNDV).

En primavera, especialmente en los meses de abril y mayo, se observa una presión a la baja del precio por la sobreoferta de producto no ecológico favorecido por unas condiciones climatológicas favorables que incrementan la productividad, unido a una mayor superficie de cultivo. Como consecuencia, el calabacín pierde valor en el mercado en este período, liquidándose al productor a 0,35 y 0,41€/kg, respectivamente.

En el global de la campaña 2024/25, la **comercialización** de calabacín registra un ascenso del 27% de la cantidad comercializada con respecto a la campaña precedente. El mayor nivel de oferta afecta al **precio medio de liquidación al agricultor** que disminuye un 10%, alcanzando 0,82€/kg. Este descenso se produce después de dos campañas de estabilidad en el precio. El calabacín ecológico no sigue la misma tendencia que el calabacín no ecológico, cuya producción decrece y repercute en la estabilidad del precio medio.

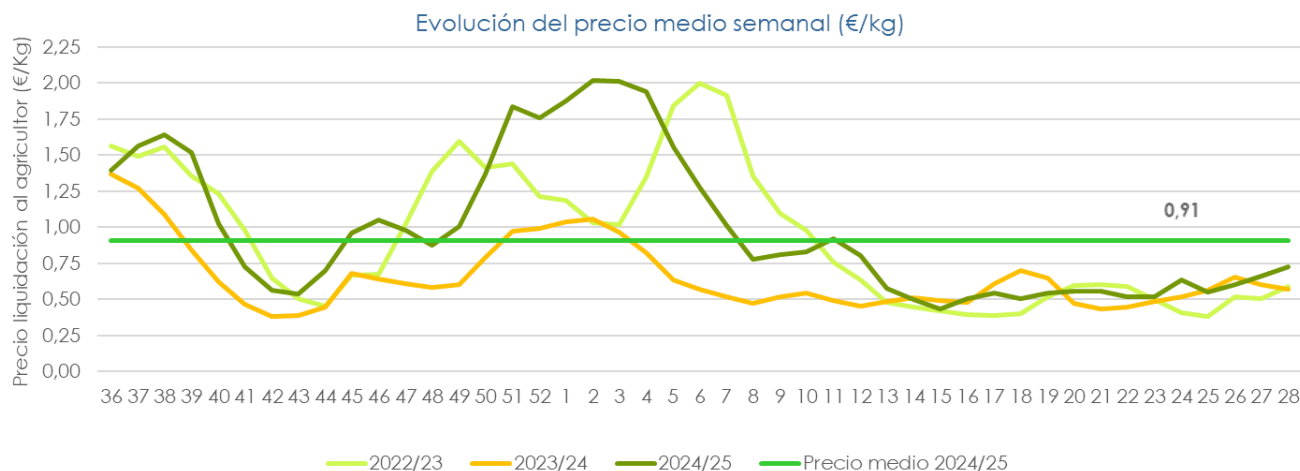
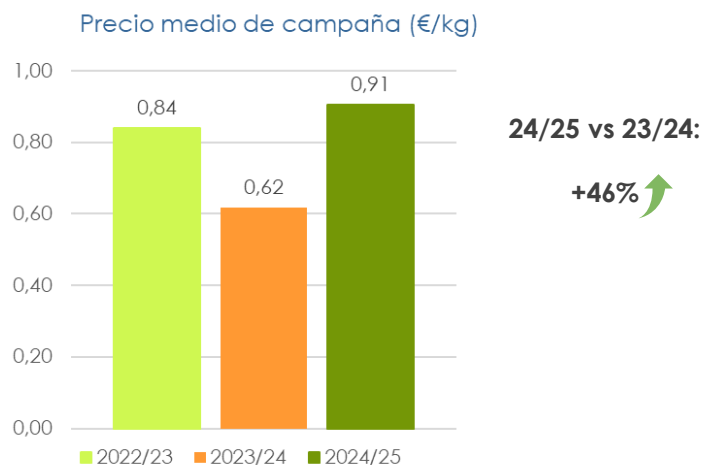
La **brecha media del precio ecológico-no ecológico** del calabacín verde en la campaña 2024/25 asciende a un 33%, es decir, 0,20€/kg. Aunque los ingresos del calabacín ecológico son inferiores en esta campaña, una brecha entre ambos tipos de producción en torno al 30% se considera un diferencial estándar en los operadores mixtos, que ofertan ecológico y no ecológico.

A lo largo de todas las semanas de la campaña el calabacín ecológico se valora más que la producción no ecológica y la evolución de precios del calabacín ecológico muestra oscilaciones de precios más suaves y menos bruscas.



6. Análisis de la campaña de berenjena ecológica

6.1. Precios en origen



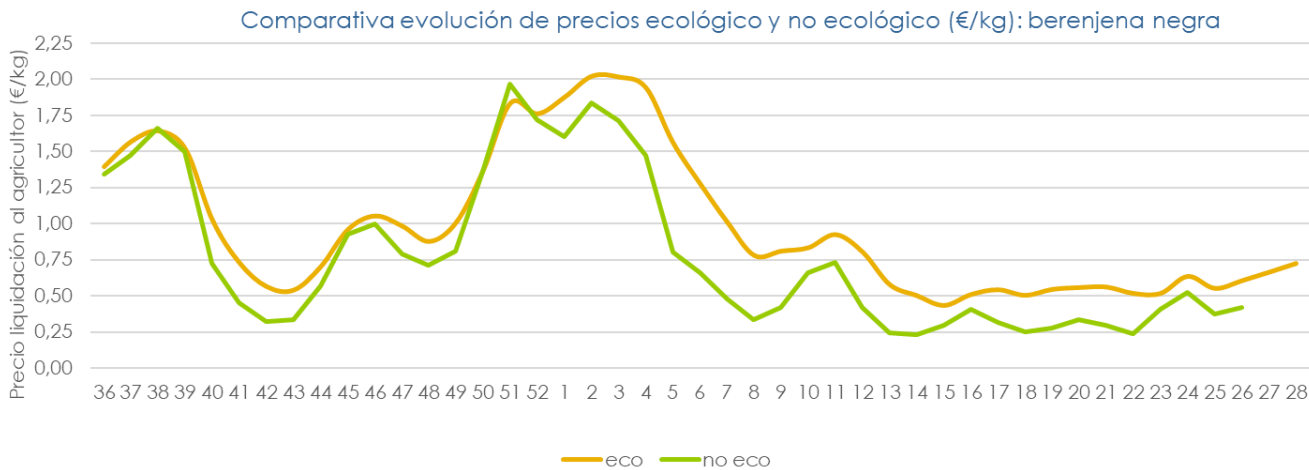
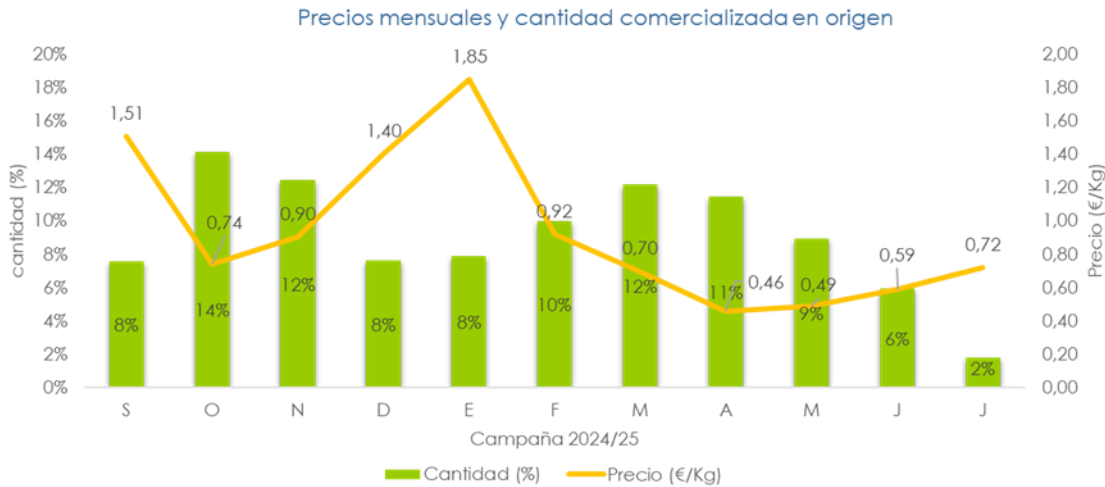
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a berenjena comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



6. Análisis de la campaña de berenjena ecológica

6.1. Precios en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025 provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a producción comercializada en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



6. Análisis de la campaña de berenjena ecológica

6.2. Resumen de campaña

Según los datos de empresas colaboradoras del Observatorio de precios y mercados, en la campaña 2024/25 la berenjena ocupa el último puesto de las seis principales hortalizas de invernadero, tanto en cantidad comercializada como en valor económico percibido por los agricultores.

El **precio de liquidación al agricultor** en la campaña 2024/25 es de 0,91€/kg, alcanzando el precio máximo de las tres últimas campañas, mejorando notablemente los ajustados resultados económicos de 2023/24.

La reducción de la oferta en origen de berenjena, tanto en producción ecológica como no ecológica, ha propiciado un reajuste del mercado y, como consecuencia, de las cotizaciones en origen de este producto, que han sido notablemente más altas que la campaña anterior. En el caso particular de la berenjena ecológica, ha disminuido la superficie de cultivo y la producción comercializada en torno a un 20%, mostrando el precio de campaña un ascenso del 46%. Este porcentaje es muy similar a la subida de la berenjena no ecológica.

La evolución mensual del precio muestra que diciembre y enero son los meses en los que se han alcanzado las valoraciones más altas, coincidiendo con los meses de menor producción como consecuencia de las condiciones climatológicas invernales en la fase central de la campaña de exportación.

Respecto al tipo comercial, prácticamente la totalidad de berenjena en producción ecológica corresponde a **berenjena negra**.

La interdependencia de las cotizaciones ecológico-no ecológico se observa en el paralelismo de las líneas del gráfico que muestra la evolución semanal de precios de ambas berenjenas. Salvo en momentos puntuales de precios muy altos en convencional, los valores de la berenjena ecológica se mantienen superiores a lo largo de toda la campaña.

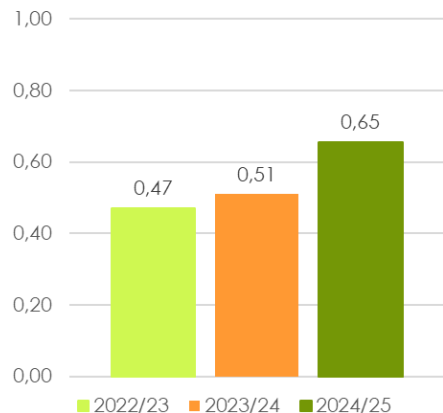
La **brecha de precios** de la berenjena negra ecológica-no ecológica en la campaña 2024/25 asciende a un 24%, 17 céntimos por kilo en valores absolutos, alcanzando un porcentaje similar a la brecha de 2023/24 (26,5%).



7. Análisis de la campaña de sandía ecológica

7.1. Precios en origen

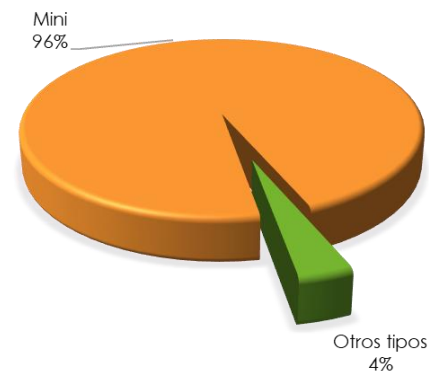
Precio medio de campaña (€/kg)



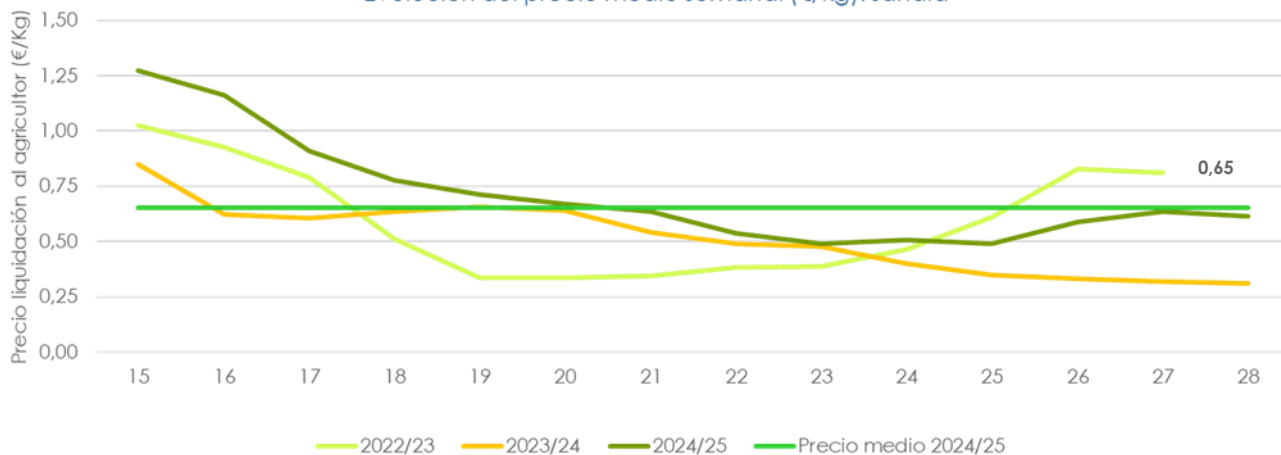
24/25 vs 23/24:

+28% ↗

Distribución de sandía por tipos comerciales (% cantidad)



Evolución del precio medio semanal (€/kg): sandía



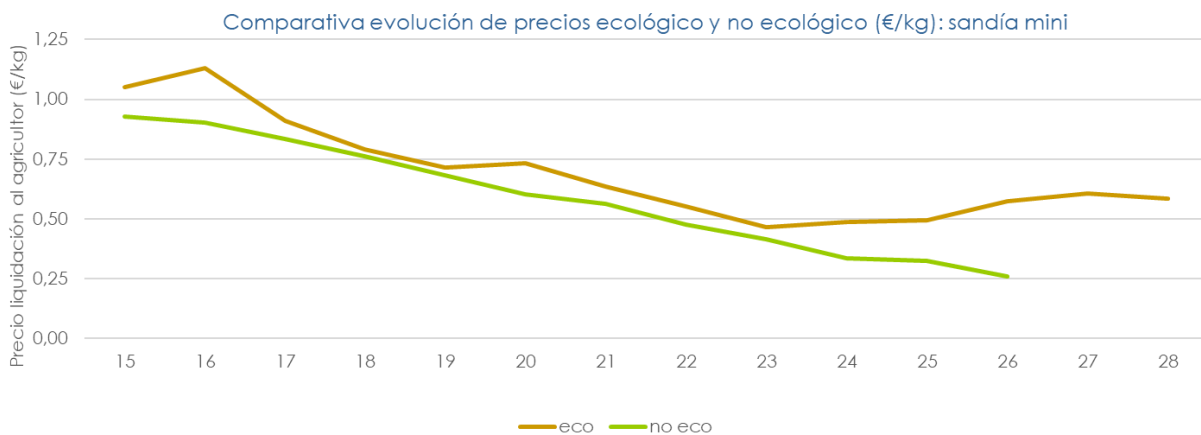
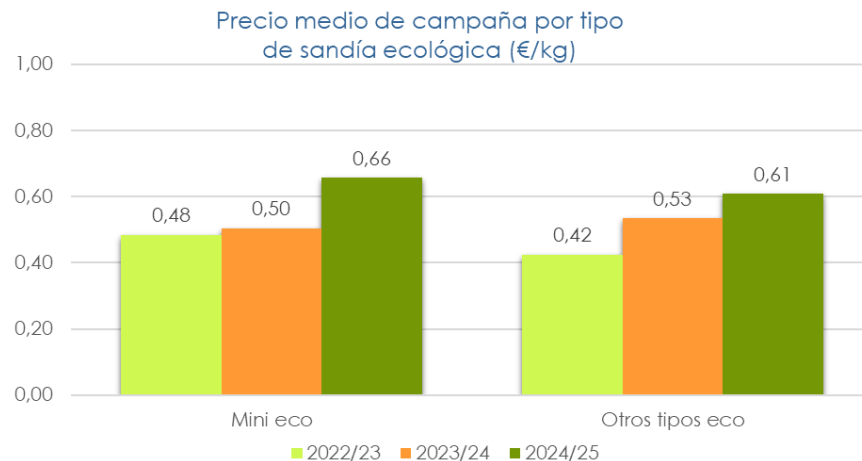
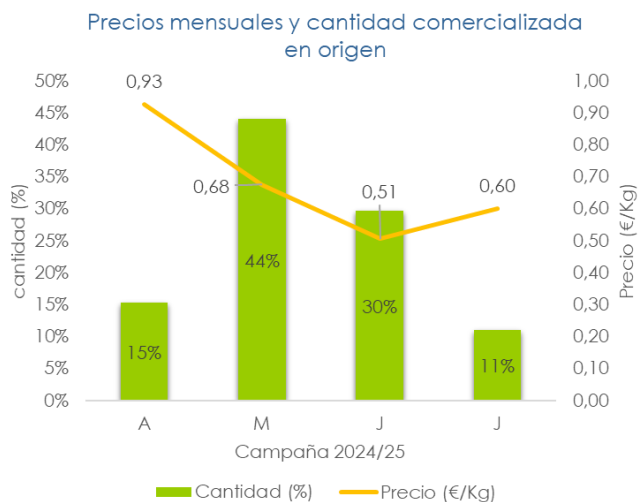
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025, provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a sandía comercializada en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



7. Análisis de la campaña de sandía ecológica

7.1. Precios en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2025 provisionales.

Nota: Los precios y cantidades corresponden a sandía comercializada en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni destríos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.



7. Análisis de la campaña de sandía ecológica

7.2. Resumen de campaña

La sandía ocupa el tercer puesto en cantidad comercializada y el cuarto puesto en valor económico de la producción.

La campaña de sandía andaluza de invernadero comienza en abril, coincidiendo con la recta final de la campaña senegalesa que se inicia en febrero. Senegal es un origen significativo en sandía mini en producción ecológica. La campaña senegalesa ha sido complicada debido a los problemas postcosecha de pudrición en el transporte, originando reclamaciones comerciales y falta de confianza por parte de los clientes en destino.

En 2024/25, la **comercialización** de la sandía de invernadero en producción ecológica comienza en Almería en la semana 15 y finaliza a mediados de julio (semana 28).

La campaña se ha desarrollado en condiciones climatológicas favorables, excepto los días de lluvia del mes de marzo que afectaron a las sandías en fase de polinización, dificultando la labor de las colmenas. Como consecuencia, en estos casos el rendimiento fue algo más bajo.

La sandía mini supone el 96% de la cantidad comercializada de sandía en producción ecológica en 2025, y domina el mercado en origen frente a otros tipos comerciales de sandía de mayor tamaño, como la sandía negra sin semillas y la sandía rayada.

Respecto a la exportación, las temperaturas en Europa en el mes de mayo han fortalecido la demanda, favoreciendo la salida de la sandía ecológica en el mes que se concentra la mayor producción (44%).

Según datos proporcionados por empresas colaboradoras del OPM, la cantidad comercializada de sandía ha descendido ligeramente, un 4% respecto a la campaña anterior. Expertos comentan que una parte pequeña de la producción de sandía ecológica se ha vendido como convencional o no ecológica.

La **cotización** de la sandía ecológica en 2025 registra un ascenso del 28% respecto a 2024, alcanzando precio de liquidación al agricultor más alto de las cuatro últimas campañas, 0,65€/kg.

A lo largo de toda la campaña los precios semanales de la sandía mini ecológica son superiores a la sandía mini no ecológica. La **brecha media del precio ecológico-no ecológico** de la sandía mini en la campaña 2025 asciende a un 13%, 8 céntimos por kilo en valor absoluto, duplicando esta cifra la brecha de 2023/24. No obstante, hay que señalar que la composición de la sandía mini en producción ecológica y no ecológica no es homogénea.



8. Notas metodológicas

Los precios presentados en la síntesis de campaña están expresados en valores corrientes y son extraídos de consultas al Observatorio de Precios y Mercados de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural: <https://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>

Los datos de precios son aportados por empresas colaboradoras del Observatorio de precios, que aportan información de precio y cantidad de las transacciones comerciales efectuadas a lo largo de la campaña.

El precio de liquidación al agricultor o precio medio en origen se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén de la cooperativa o comercializadora sin IVA, ponderado con el volumen de venta de cada partida. En este precio se considera la producción comercializada en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva, ni destríos.

Respecto a la producción ecológica, el precio de liquidación contempla el **producto certificado** en producción ecológica, una vez finalizado el período de conversión.

