

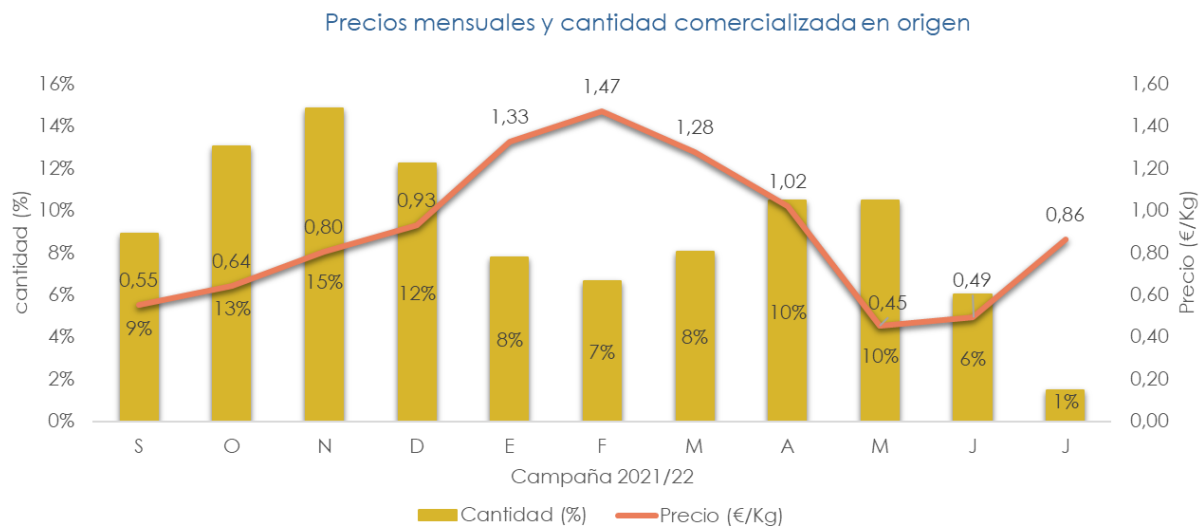
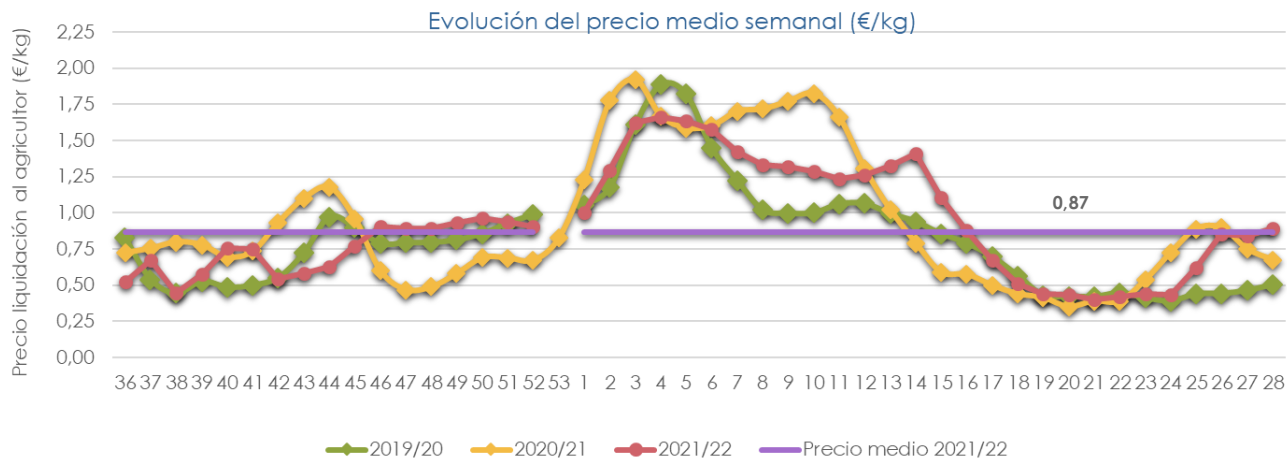
Sector hortícolas protegidos ecológicos



Síntesis de Campaña **PEPINO** **ECOLÓGICO** 2021/22



PRECIOS EN ORIGEN: pepino ecológico

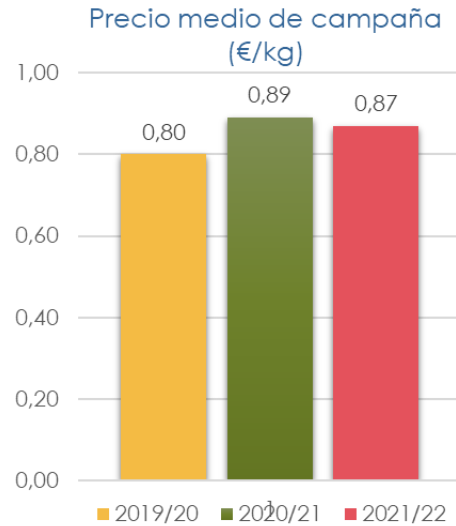


Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2022, provisionales.

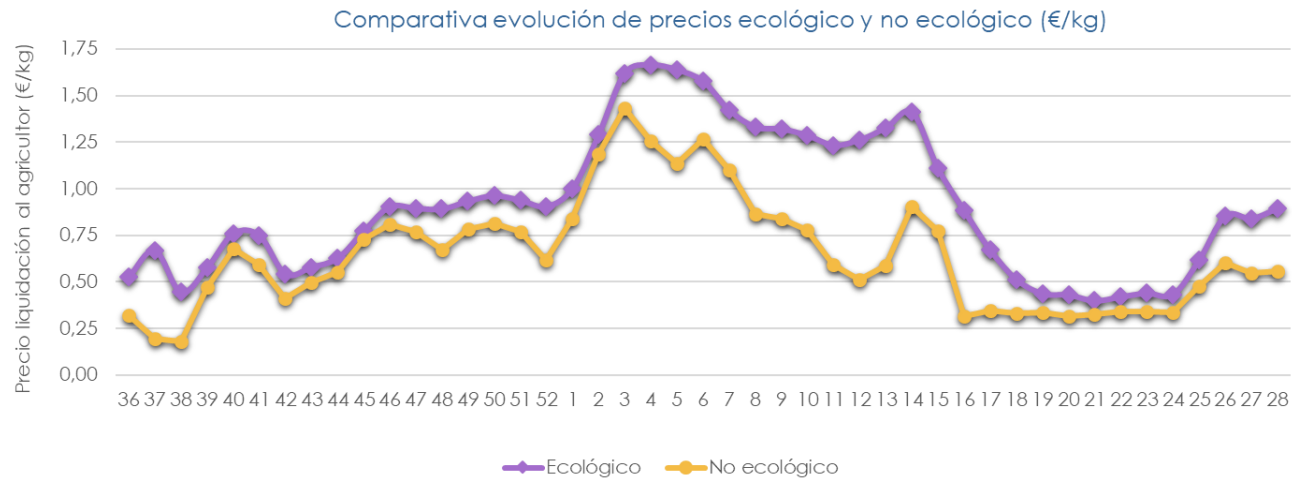
Nota: Los precios y cantidades corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni desechos. En el precio de liquidación se contempla el producto bajo certificación de producción ecológica, no el producto en período de conversión a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



PRECIOS EN ORIGEN: pepino ecológico



21/22 vs 20/21:
-2,2%



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados (CAPADR). Datos 2022 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, no el producto en período de conversión a ecológico



Metodología



OBSERVATORIO
DE PRECIOS Y MERCADOS

RESUMEN DE CAMPAÑA: pepino ecológico



La **campaña 2021/22** se desarrolla en un contexto cambiante y de incertidumbre, con la influencia de factores adicionales a los condicionantes propios del cultivo y la comercialización de hortalizas de invernadero. Dichos factores están interrelacionados y afectan tanto en origen como en destino. Uno de los principales es la crisis energética europea ocasionada por la guerra de Ucrania, que se ha trasladado a una subida de los precios de los insumos necesarios en la actividad agrícola (fertilizantes, combustibles, electricidad, etc.), ocasionando un importante aumento de los costes de producción. En esta situación, los orígenes europeos con alta dependencia energética en la producción de hortalizas de invernadero, como es el caso de los Países Bajos, tratan de minimizar el consumo modificando la duración y las fechas de comienzo de su campaña de producción, más tardías, beneficiando a priori a la campaña hortícola de primavera en el sureste andaluz.

Las subidas de la electricidad y los combustibles, entre otros, también repercuten en los costes de la distribución alimentaria, al tiempo que los precios de venta al consumidor de frutas y hortalizas suben y disminuye el poder adquisitivo del consumidor.

En la campaña 2021/22 el pepino conserva el segundo puesto en cantidad comercializada respecto al resto de hortalizas ecológicas de invernadero andaluzas detrás del tomate, líder indiscutible en producción ecológica.

La **comercialización** del pepino en producción ecológica se incrementa un 5% en cantidad en 2021/22, debido al moderado incremento de la superficie en producción ecológica. Se continúa en la senda de crecimiento de las últimas campañas.

Prácticamente toda la producción de pepino ecológico corresponde al **tipo comercial Almería**, aunque se observa una incipiente incorporación del pepino francés al catálogo de hortalizas ecológicas que distribuyen. No obstante la cantidad es muy pequeña y muy pocas empresas lo han incluido en su oferta.

La **cotización** del pepino ecológico en 2021/22 disminuye un 2% respecto a la campaña precedente, aunque se observa cierta estabilidad en los precios de liquidación de las últimas campañas que se sitúan entre 0,80 y 0,89€/kg. Esta estabilidad se pone de manifiesto aún más si comparamos con los resultados del pepino Almería no ecológico que incrementa su valor un 40%.

RESUMEN DE CAMPAÑA: pepino ecológico

A lo largo de todas las semanas de la campaña 2021/22 el precio de liquidación del pepino Almería ecológico es superior al valor del no ecológico. La **brecha media del precio ecológico-no ecológico** de este tipo comercial en la campaña 2021/22 asciende a un 13%, disminuyendo notablemente respecto a la campaña anterior. En una campaña hortícola como la 2021/22, con cotizaciones elevadas del pepino no ecológico, era previsible un estrechamiento de la diferencia entre ambos.

En una coyuntura inestable e inflacionista existe cierta preocupación ante los posibles cambios en los hábitos de compra por parte del consumidor de hortalizas ecológicas más caras, y las estrategias que pueda adoptar la distribución alimentaria que ofertan hortalizas ecológicas y no ecológicas.

