

## Costes de producción: Campaña 2015/16

### Pepino Almería. Ciclo corto

Los costes están elaborados a partir de entrevistas realizadas a productores a finales de 2011 y completadas con consultas a expertos del sector. Posteriormente, han sido actualizados para la campaña 2015/16 utilizando los indicadores de precios pagados por los agricultores y salarios agrarios (CAPDER y MAPAMA).

Los costes de producción corresponden a una determinada campaña, que se desarrolló en unas condiciones muy concretas que afectan directamente a las partidas contempladas en el cálculo y no tienen porqué ser extrapolables a otra campaña. En todo caso, estos datos deben ser tomados como una aproximación y nunca como un valor fijo e incuestionable.

Partida		Coste (€/m <sup>2</sup> )
<b>Costes directos medios</b>		<b>2,40</b>
Insumos	Semilla +semillero	0,53
	Fertilizantes	0,35
	Fitosanitarios (incluye insectos auxiliares)	0,31
	Agua	0,09
	Energía	0,07
	Suministros	0,07
	<b>Total insumos</b>	<b>1,42</b>
Mano obra asalariada		0,96
Servicios externos contratados		0,02
<b>Costes indirectos medios</b>		<b>0,30</b>
Amortizaciones	Invernadero	0,09
	Enarenado/sustrato	0,02
	Plástico	0,13
	Instalación de riego	0,02
	Edificios (caseta riego, almacén)	0,01
	Otras amortizaciones (maquinaria, vehículos...)	0,03
<b>Costes generales medios</b>		<b>0,22</b>
Gastos generales		0,06
Gastos financieros		0,16
<b>COSTES MEDIOS DE PRODUCCIÓN sin mano de obra familiar(€/m<sup>2</sup>)</b>		<b>2,92</b>

La mano de obra familiar se cuantifica en 0,43 €/m<sup>2</sup>

Mano de obra total : 271 jornales/ha

Rendimiento medio : 10,00 kg/m<sup>2</sup>

#### Consideraciones generales

**Alternativa:** Es mayoritaria la alternativa de pepino de ciclo corto con un cultivo de sandía o melón en primavera.

**Época de transplante:** En los meses de septiembre y octubre.

**Duración del ciclo:** Duración media de 5 meses

**Rendimiento medio neto:** Se corresponde con el volumen de entrada a la comercializadora en origen. Datos aportados por expertos del sector para la campaña 2015/16.