



# Aumenta significativamente el consumo exterior de sandía

Sólo en Almería se produce más de la mitad del total nacional

En las cuatro últimas campañas las superficies destinadas al cultivo de la sandía han descendido, a pesar de lo cual se han mantenido las producciones totales, gracias a la sustancial mejora de los rendimientos.

● H. SORIA. Periodista

**D**urante los últimos veinte años las extensiones de cultivo de la sandía han oscilado entre las 25.000 y las 29.000 ha. Últimamente esta cifra ha descendido. En la campaña que termina las plantaciones ocuparon una superficie de 22.788 ha, lo que supone una mejora de un 13% con respecto al terreno sembrado en 1996.

De esta superficie global, un 29% correspondió a terrenos de secano y el 71% restante a regadíos, aunque dentro de estos hay que diferenciar entre el 42% de cultivo en regadíos tradicionales al aire libre y el 29% en regadíos protegidos.

Si tenemos en cuenta la cosecha final de este fruto y la superficie que ha ocupado su cultivo, se puede deducir fácilmente un rendimiento medio de unos 355 Qm/ha, lo que supera ampliamente la productividad de campañas precedentes.

En cuanto a la cosecha, cifrada en 809.700 t, vendría a representar un incremento del 9,6% en relación a la campaña anterior, en la que también se plantaron 2.623 ha menos de esta hortaliza de fruto.

De este volumen de cosecha nacional, un 66,57% correspondería a la Comunidad de Andalucía, que tiene en la provincia de Almería a la principal productora de sandías del país, con nada menos que 437.600 t recolectadas, lo que equivale al 54% de la cosecha total española.

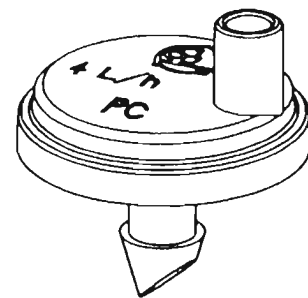
## Destino de la producción

De la producción total obtenida en cada campaña, un 95% se destina al consumo en fresco, mientras que el 5% restante se queda para el autoconsumo, alimentación animal, pérdidas, etc. Un 75% del volumen destinado al consumo directo en fresco se dirige al mercado interior y otro 20% para la exportación, aunque este reparto ha cambiado significativamente en los últimos años, en beneficio del comercio exterior, como se podrá comprobar más adelante.

Durante el último decenio, el consumo interior de sandías ha experimentado notables variaciones de un año a otro, aunque la media en este período se ha mantenido en

## Goteros de botón AgriDrip®

El mejor gotero de botón en versión normal y autocompensante. De régimen turbulento con prefiltro. Totalmente resistente a los productos químicos, altas temperaturas y rayos UV. Presión de trabajo de 1 a 3 Kg/cm<sup>2</sup>. Sección mínima de paso 0,8 mm.



Exija Agri Drip® y obtendrá resultados.

Pídalos a su proveedor habitual

Con la garantía y seriedad de:

**Copersa**

Apartado de Correos, 140  
08340 - VILASSAR DE MAR  
Tel.: (93) 759 27 61  
Fax: (93) 759 50 08



torno a las 246. 800 t.

Estos altibajos de la demanda interna están en estrecha relación con los resultados productivos de esta hortaliza de fruto, de manera que en una campaña de grandes cosechas los precios descienden y el consumo interior crece, y a la inversa.

Según los últimos datos del «Panel de Consumo Alimentario» elaborado por el Ministerio de Agricultura, la cantidad de sandías compradas durante el pasado año ascendió a 209.610 t, lo que supuso un

CUADRO I. SUPERFICIES Y PRODUCCIONES DE SANDÍA EN ESPAÑA

CCAA	Superficies (HA)				Producciones (1000 t)			
	1995 def.	1996 prov.	1997 est.	1997 1996=100	1995 def.	1996 prov.	1997 est.	1997 1996=100
Galicia	53	36	7	19,4	1,2	0,8	0,1	12,5
Navarra	17	17	16	94,1	0,5	0,4	0,4	100,0
La Rioja	50	30	25	83,3	0,9	0,6	0,5	83,3
Aragón	295	296	220	74,3	7,7	7,8	6,9	88,5
Cataluña	528	530	424	80,0	13,5	13,1	10,8	82,4
Baleares	830	581	830	142,9	23,9	16,7	23,9	143,1
Castilla y León	470	400	388	97,0	4,9	5,8	5,4	93,1
Madrid	122	120	200	166,7	1,9	1,5	2,2	146,7
Cast-La Mancha	2.521	2.400	2.165	90,2	19,7	27,8	26,7	96,0
C. Valenciana	2.853	2.450	2.550	104,1	152,3	165,0	124,5	75,5
Reg. de Murcia	672	600	860	143,3	29,0	28,0	38,8	138,6
Extremadura	1.950	2.300	2.150	93,5	22,4	37,9	36,9	97,4
Andalucía	11.448	10.340	12.888	124,6	451,8	433,0	531,9	122,8
Canarias	39	65	65	100,0	0,3	0,4	0,7	175,0
<b>Total España</b>	<b>21.948</b>	<b>20.165</b>	<b>22.788</b>	<b>113,0</b>	<b>730,0</b>	<b>738,8</b>	<b>806,7</b>	<b>109,6</b>

consumo «per cápita» de 5,33 kilos por español y año.

De estas compras, 195.070 t (un 93,06%) fueron adquiridas por el consumo de los hogares, otras 12.990 ha (un 6,20%) por la hostelería y restaurantes y las 1.550 t restantes (un 0,74%) por el consumo institucional.

En la práctica, el consumo interior de sandías es muy superior al que reflejan las estadísticas oficiales, dado que existe un notable aprovisionamiento en mercadillos, tenderetes de carretera, vendedores ambulantes, etc., muy difícil de calcular y que hacen escasamente fiables estos datos sobre consumo.

Aunque el calendario de comercialización se extiende de marzo a octubre, las mayores ventas de sandía se concentran en los meses de verano (de mayo a agosto), lo que demuestra que se trata de un producto hortícola marcadamente estival.

En cuanto al comercio exterior, durante los últimos cuatro años las ventas exteriores de sandía se han movido en torno a las 200.000 t por campaña de media.

Para la actual campaña, los últimos datos disponibles apuntan hacia un volumen exportado de 230.000 t, lo que significa un incremento del 15% respecto a 1.996.

De este previsible volumen de ventas, un 83,7% habría correspondido a los países de la Unión Europea y el 16,3% restante a terceros países. Dentro del mercado comunitario destacan las compras de Alemania (35% del total), seguida por Francia (24,47%), Países Bajos (7,73%) e Italia (6,29%).

Aunque el calendario exportador abarca prácticamente todo el año, el grueso de los envíos se realiza entre los meses de abril y agosto, ya que durante este período se coloca en los mercados el 97% de las ventas exteriores totales. ■

## LA SANDÍA: UNA FRUTA JUGOSA Y APETITOSA

Los expertos en botánica suelen situar los orígenes de la sandía en Egipto, posiblemente porque se apoyan en la autoridad del «Exodo», que hace referencias a su cultivo en el valle del Nilo. En cualquier caso, estas citas bíblicas sirven para demostrar que la sandía se conoce desde tiempos remotos, siendo numerosos los pueblos y culturas que supieron apreciarla y difundirla por geografías que no eran las suyas.

De aspecto apetitoso, esta hortaliza de fruto presenta una corteza dura, de color verde oscuro, y una pulpa jugosa, suave y de un rojo encendido, salpicada de pepitas negras, que la hacen especialmente atractiva.

De forma generalmente redonda, la sandía varía de tamaño y peso dependiendo de la variedad; por lo común, las variedades más comerciales suelen pesar entre los 3 y los 5 kg, aunque existen ejemplares (como la Gigante de Florida) que puede llegar a superar los 20 kg. Por sus singulares características de tamaño y sabor, la sandía se suele consumir de forma directa y natural, tanto como postre, como por sus cualidades refrescantes los días de calor.

Desde un punto de vista alimenticio la sandía tiene muy escaso valor, puesto que prácticamente toda ella es agua. Su contenido de azúcar no supera el 2,5% (la mitad que el melón), además de una manifiesta pobreza en vitaminas.

La llegada de este fruto a los mercados no se produce hasta bien entrada la primavera, manteniendo su presencia hasta el mes de octubre. En los últimos años se ha conseguido alargar esta calendario de recolección y comercialización gracias a las variedades más precoces y al cultivo en los invernaderos.

Otro éxito comercial, derivado de las mejoras genéticas y varietales, lo han proporcionado las sandías carentes de semillas, que poco a poco van aumentando su presencia en los mercados teniendo mayor demanda por parte de los consumidores.

En España la sandía es un cultivo muy tradicional de las huertas e invernaderos y su expansión se produjo sobre todo en la década de los años sesenta, aunque las mayores superficies de cultivo se lograron en las campañas de 1981 y 1990, con extensiones de 30.500 y 30.800 ha, respectivamente.

En el mercado interior la demanda de esta hortaliza de fruto ha ido descendiendo de manera constante, mientras que en el exterior se ha producido un auténtico «boom», especialmente a raíz de la incorporación de España a la UE.

En el exterior sigue constituyendo uno de los pilares de nuestro comercio hortofrutícola y su futuro se presenta muy prometedor; tanto en el plano económico como en el comercial.

