

valencia fruits •
dossier



CEREZA

DEPOSITPHOTOS.COM

A B R I L 2 0 2 6

Aragón puede cosechar hasta 60 millones de kilos de cerezas esta campaña

Esta comunidad encabeza la producción con casi el 41% del total nacional

■ JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La campaña de la cereza se presenta en Aragón con buenas expectativas tras las lluvias invernales que han mejorado los embalses. A la espera de ver cómo evoluciona el cuajado, la anticipada floración, debido al buen tiempo, augura una buena cosecha, similar a la de 2025 con unos 60 millones de kilos.

La comunidad está a la cabeza de la producción con casi el 41% del total nacional, destina buena parte de la producción a la exportación y seis empresas aragonesas lideran la penetración en el mercado chino tras su apertura.

Hablan de innovación iniciativas como “el cerezo siempre verde” o el proyecto Technocherry que recientemente organizó unas jornadas sobre el aclareo mecánico de yemas en prefloración, una técnica para mejorar la calidad y tamaño de la cereza.

La cereza supone el 24% del total del sector de la fruta dulce de la comunidad de Aragón, con unas 13.253 hectáreas dedicadas a su cultivo entre las 4.115 de secano y 9.138 de regadío.

Se cultivan más de un centenar de variedades que favorecen una maduración escalonada y permiten extender el periodo de recolección desde el mes de mayo hasta los primeros días de agosto.

Las más tempranas son las cerezas de la comarca del Bajo Aragón-Caspe, en los términos de Caspe, Maella, Mequinzenza o Chiprana. Con unas 1.328 hectáreas dedicadas al cultivo, la producción media de cereza temprana de Caspe, de las variedades Burlat y Carly, suele oscilar entre 8.000 y 10.000 kilos por hectárea.

A continuación viene la campaña de la zona de Fraga, las comarcas oscenses de Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera. Un poco más tarde se recolectan las de Valdejalón y por último las producidas en la comarca de Calatayud, en los valles de los ríos Jalón, Jiloca y el Manubles.

En torno a la cereza se programan diversas actividades como paseos y rutas durante la floración o ferias. Además de Bolea (Huesca), cuentan con feria de la cereza Albalate del Arzobispo (Teruel), y las localidades zaragozanas de El Frasno y Ricla.

En Ricla hay 30 sociedades dedicadas a esta producción y se comercializan al año entre ocho y diez millones de kilos de cerezas, y entre el 50% y el 60% se exportan o van al mercado gourmet.

El cultivo artesanal de Bolea llega a cosechar unos 50.000 kilos cada año. Asimismo, la cereza supone el 90% de la economía de la pequeña localidad zaragozana de El Frasno y en su cultivo trabajan en torno a 45 agricultores.

■ LA MIRADA PUESTA EN CHINA

Buena parte de la cereza de Aragón se destina a la exportación.



Aragón lidera la producción nacional de cerezas. / ARCHIVO

En Aragón se cultivan más de un centenar de variedades que favorecen una maduración escalonada y permiten extender el periodo de recolección desde el mes de mayo hasta los primeros días de agosto

El año pasado se comercializaron en el exterior unas 39.804 toneladas, principalmente en países de la UE como Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y Países Bajos. Algo menos a países del golfo Pérsico y Hong Kong.

Ahora, a esa lista de destinos hay que añadir China tras la firma en abril del año pasado de un protocolo fitosanitario entre España y el gigante asiático. La noticia fue bien acogida en Aragón. Así, Óscar Moret, responsable del sector de la fruta de UAGA, señalaba que “China es un país donde hay un alto nivel adquisitivo en algunas zonas, donde las cerezas aragonesas de calidad pueden ser bien recibidas. Aragón ha hecho las cosas bien, lo que ha favorecido aumentos constantes de la producción y convertirnos en una de las regiones más importantes en Europa”.

Antonio Lozano, presidente de la Asociación de Empresarios Agrícolas de la Margen Derecha del Ebro, y representante de la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas en Aragón, considera que la autorización para exportar a China “va a tener un impacto muy positivo, ya que somos el mayor productor de cereza de España y sólo centrales aragonesas se han inscrito”.

En efecto, en el registro de compañías españolas autorizadas

a exportar cerezas a China, las seis que aparecen en el portal oficial tienen su sede en Aragón. Son Interlázaro (Calatayud), Orchard Fruit (La Almunia), SAT Río Cinca (Torrente de Cinca), Llamfruit Cherry (Mequinzenza), SAT Vidrio (Ricla) y Frutaria Agricultura (con sede social en Zaragoza).

■ LA PRIMERA DE EUROPA

Una de esas firmas autorizadas a exportar a China es SAT Vidrio, la principal empresa de cultivo, envasado y transformación de cereza de toda Europa, ubicada en la localidad zaragozana de Ricla.

Dispone de 1.500 hectáreas de cultivos distribuidas en su mayor parte por las comarcas de Calatayud, Valdejalón y del Aranda. Cuenta con una planta de producción y embalaje, proceso de selección, enfriamiento y envasado, así como los avances tecnológicos que esta empresa familiar ha incorporado para responder a los exigentes estándares de calidad y exportación en todo el mundo.

Fundada en el año 2007, exporta su producto al resto de la Unión Europea, además de Oriente Medio, China o Tailandia. Lo hace a través de una tecnología de enfriado en origen y envasado de última generación para pasar todos los estándares de los países importadores. En el momento de la recolección, cuenta con casi 3.000 empleados.

La cereza supone el 24% del total del sector de la fruta dulce de Aragón, con unas 13.253 hectáreas dedicadas a su cultivo entre las 4.115 de secano y 9.138 de regadío

En una reciente visita a sus instalaciones, el consejero de Agricultura, Javier Rincón, señaló que se trata de “la principal planta de envasado y de transformación de cereza de Aragón, de España y del mundo y puede llegar a tener una capacidad de hasta un millón de kilos al día”.

SAT Vidrio y Summer Fruit son dos de las empresas aragonesas proveedoras de cereza a Mercadona. El año pasado suministraron 8.500 toneladas de las 11.000 que dicha cadena comercializó en toda España.

■ MARCA DE CALIDAD

Las comarcas de Calatayud y del Aranda son las principales zonas productoras de cerezas de Aragón. Cuentan con cerca de 3.300 hectáreas, distribuidas en más de 20 términos municipales, 63 operadores entre productores y comercializadores.

La cosecha anual suele estar entre los nueve y diez millones de kilos. Agricultores, cooperativas, empresas, con el apoyo del Gobierno de Aragón, han impulsado la creación de una marca de calidad diferenciada para la cereza bajo la figura de Identificación Geográfica Protegida (IGP) o Denominación de Origen Protegida (DOP). Su aprobación está pendiente de los últimos trámites.

La iniciativa está liderada por la Asociación para la Promoción de la Cereza de la Comunidad de Calatayud y la Comarca del Aranda. Se trata de una cereza que se cultiva en altura y con unas características organolépticas especiales que la diferencian del resto. Tienen un calibre superior, destacan por su tamaño y apariencia, óptimos niveles de azúcar y su firmeza las convierte en un producto ideal para el mercado nacional e internacional. Su recolección es más tardía, un factor importante en los mercados en los que se vende porque también influye en el precio de venta.

Según sus promotores, la Marca de Calidad será clave para asegurar el crecimiento y el reconocimiento de la cereza de Calatayud en los mercados internacionales.

■ TEMPOREROS

Las primeras cerezas aragonesas en llegar al mercado serán las tempranas del Bajo Aragón-Caspe, donde ya se preparan para

la llegada de entre 3.000 y 4.000 temporeros que se necesitarán durante la campaña de recogida de la fruta. Caspe es el municipio que más temporeros acoge y su población, que supera los 10.000 habitantes, aumenta en un 30% en tan sólo unos pocos días.

Para gestionar este volumen poblacional, las instituciones y entidades implicadas ya han comenzado a planificar los recursos. Además, recientemente se celebró una jornada informativa en la Delegación del Gobierno en Aragón donde se conoció que esta campaña se van a necesitar en el periodo de recogida de la fruta en general unos 25.000 temporeros. Participaron representantes de organizaciones agrarias, empresas del sector y asesorías y firmas de trabajo temporal.

Se señaló que es fundamental “dar garantía y seguridad jurídica, tanto a trabajadores como a empleadores, en cuanto a condiciones de trabajo y contrataciones bien sea en origen o in situ”. Durante la campaña frutícola se reforzará la vigilancia frente a posibles situaciones de abuso. En el dispositivo participarán de forma coordinada la Oficina de Extranjería, la Policía Nacional, la Guardia Civil y la Inspección de Trabajo, con el objetivo de supervisar tanto la contratación como las condiciones reales sobre el terreno.

El dispositivo para la campaña cuenta en la zona de Caspe con puntos de acogida de los trabajadores, una zona de duchas y donación de alimentos en las instalaciones de Cruz Roja atendida por personal contratado por el Ayuntamiento de Caspe, y una pareja de agentes sociales, empleados por la comarca.

■ CEREZO SIEMPRE VERDE

Aragón es el primer productor nacional de cerezas y los agricultores tienen la necesidad de exportar a mercados cada vez más lejanos y con altos estándares de calidad. Para tratar de afrontar este reto y alargar la vida útil del producto se desarrolla el proyecto “Cerezas+i: Innovaciones tecnológicas en cereza aragonesa para alcanzar mercados lejanos”. A propuesta de la empresa Cardona y Celma, ubicada en Caspe, participan en el proyecto el Centro Superior de Investigaciones Científicas a través de la Estación Experimental de Aula Dei, en el papel coordinador, la Fundación de Innovación y Transferencia Agroalimentaria y la asociación de productores ‘El Compromiso’.

Se trata de conseguir cerezas que se mantengan en óptimas condiciones de calidad entre 30 y 45 días después de su recolección.

El proyecto ha trabajado en variadas vías: ha aplicado diversas estrategias precosecha como la fertilización foliar o el riego deficitario controlado. Se han incorporado en determinadas fases elementos como el boro o el zinc, con el objetivo de prolongar la vida útil de las cerezas. Dichas técnicas están arrojando ya resultados positivos. Transcurridos 40 días después de la cosecha, las calidades cumplen con los estándares establecidos, lo cual permite llegar a mercados lejanos con plenas garantías.

Además, los investigadores han constatado que estas técnicas incrementan la concentración de fenoles y flavonoides en el tejido foliar, lo cual reduce la susceptibilidad de la cereza a uno de sus principales problemas, el rajado de los frutos.



Puedes vender tu fruta de hueso como quieras

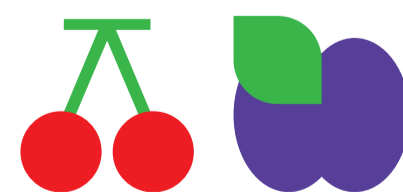
Nosotros cuidamos de ella.

FruitSmart

Tu alternativa en 1-MCP.

DECCO Pyr Pot

Fungicida fumígeno, para darle vida a tu fruta de hueso.



DECCO More. Beautiful. Fresh.

info@deccopostharvest.com
deccopostharvest.com/es
+34 961 344 011

JOSÉ ANTONIO TIERNO / Presidente de la DOP Cereza del Jerte

“El objetivo es seguir posicionando la cereza del Jerte en segmentos de mayor valor”

Las perspectivas para la presente campaña de cereza en el Valle del Jerte son positivas. Hasta el momento, la meteorología ha sido benigna, y en la DOP prevén incrementar este año el volumen certificado. En este sentido, la incorporación de variedades como Burlat, Van y Lapins ha supuesto un avance significativo. En 2025 su impacto fue limitado, ya que la modificación del pliego de condiciones se publicó en el tramo final de la campaña, pero, de cara a esta temporada, con el nuevo marco plenamente operativo desde el inicio, se espera que tengan un papel mucho más relevante.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

La campaña de 2025 se cerró en el Jerte con un balance muy positivo, siendo una de las mejores temporadas de los últimos años en cuanto a precio percibido por los agricultores. “Aunque la producción fue algo más corta de lo habitual, el comportamiento del mercado fue favorable. Además, este ejercicio supuso una clara recuperación tras los graves problemas climatológicos sufridos en 2023 y 2024”, especifica José Antonio Tierno, presidente del Consejo Regulador de la DOP Cereza del Jerte.

Valencia Fruits. Con este antecedente, ¿cuáles son las perspectivas para la presente campaña de cereza en el Valle del Jerte?

José Antonio Tierno. Las perspectivas para la presente campaña son, a día de hoy, positivas, siempre condicionadas a la evolución de la climatología en las próximas semanas. Venimos de una campaña anterior muy favorable en precios, lo que sitúa al sector en una posición más optimista. Además, se espera una producción más equilibrada que la pasada, lo que podría permitir consolidar el comportamiento del mercado. El objetivo es mantener una buena calidad del producto y seguir posicionando la cereza del Jerte en segmentos de mayor valor, en un contexto de competencia con otras zonas productoras tanto nacionales como internacionales.

VF. ¿Cómo se ha comportado, hasta el momento, la meteorología con este cultivo?

JAT. Hasta el momento, la climatología ha sido, en términos generales, favorable para el



Esta campaña se prevé certificar un mayor volumen de cereza. / DOP

desarrollo del cultivo. El invierno ha permitido una correcta acumulación de horas de frío y la primavera está evolucionando de forma adecuada, favoreciendo una buena floración y cuajado. En cualquier caso, el cultivo de la cereza sigue muy condicionado por la climatología en las fases finales, especialmente por posibles episodios de lluvia durante la recolección, que pueden afectar a la calidad del fruto.

VF. ¿Qué volumen prevén certificar esta temporada en la DOP Cereza del Jerte?

JAT. Las previsiones apuntan a un incremento del volumen certificado respecto a la pasada campaña. El año pasado, la publicación del cambio del pliego de condiciones en el Diario Oficial de la Unión Europea se produjo al final de la campaña, lo que limitó el margen de actuación para la certificación de las nuevas variedades incorporadas. Este año, con ese marco ya plenamente operativo desde el inicio, esperamos poder certificar un mayor

volumen de producto, siempre manteniendo el criterio de priorizar la calidad y el cumplimiento de los estándares de la DOP.

VF. El pasado ejercicio comenzaron a certificarse tres nuevas variedades de cereza: Burlat, Van y Lapins. ¿Qué aportaron a la campaña 2025 de la DOP? ¿Qué impacto pueden tener en el desarrollo de la actual temporada?

JAT. La incorporación de variedades como Burlat, Van y Lapins ha supuesto un avance significativo para la DOP, ya que permite ampliar el calendario de comercialización y adaptarse mejor a las demandas del mercado. Tal y como comentábamos en la pregunta anterior, en la campaña 2025 su impacto fue limitado, ya que la modificación del pliego de condiciones se publicó en el tramo final de la campaña, reduciendo el margen para su certificación. De cara a esta temporada, con el nuevo marco ya plenamente operativo desde el inicio, se espera que estas variedades tengan un papel mucho más relevante, contribuyendo tanto a incrementar el volumen certificado como a reforzar la presencia de la DOP a lo largo de toda la campaña.

VF. ¿Cuáles son los principales desafíos para el sector de la cereza en Extremadura?

JAT. El sector de la cereza en Extremadura se enfrenta a varios desafíos importantes. Por un lado, la creciente competencia de otras zonas productoras, tanto a nivel nacional como internacional. Por otro, el incremento de los costes de producción, especialmente en mano de obra y suministros, así



José Antonio Tierno analiza las perspectivas para la presente campaña. / DOP

como la dificultad para disponer de trabajadores en momentos clave de la campaña. A ello se suma la situación geográfica, que en ocasiones limita el acceso rápido a los principales mercados y exige un esfuerzo adicional en logística. Además, el relevo generacional es otro de los grandes retos del sector, siendo fundamental atraer a jóvenes agricultores. Por último, la incertidumbre climática sigue siendo uno de los factores más determinantes en este cultivo.

VF. Ante estos desafíos, ¿por qué modelo se apuesta en el Consejo Regulador de la DOP Cereza del Jerte?

JAT. Ante estos desafíos, desde el Consejo Regulador se apuesta por un modelo basado en la diferenciación, la calidad certificada y la valorización del origen. El objetivo es reforzar el posicionamiento de la DOP como un producto de referencia, capaz de competir no tanto en volumen como en valor. Para lograrlo, se trabaja en fortalecer la marca, mejorar la coordinación entre los distintos agentes del sector y avanzar en profesionalización e innovación.

VF. Tras analizar los problemas, ¿cuáles son las principales fortalezas del sector de la cereza en Extremadura?

JAT. El sector cuenta con fortalezas muy claras que le permiten competir con éxito en los mercados. En primer lugar, la calidad del producto y unas condiciones agroclimáticas únicas en el Valle del Jerte. A ello se suma el respaldo de la DOP, que aporta garantía, trazabilidad y genera confianza en el consumidor. Además, el sector

se beneficia de una amplia experiencia productiva y un modelo cooperativo consolidado.

VF. ¿Qué acciones promocionales va a desarrollar la DOP Cereza del Jerte en esta campaña?

JAT. Durante esta campaña, la DOP Cereza del Jerte tiene previsto reforzar sus acciones promocionales, especialmente en el mercado nacional. El objetivo es seguir poniendo en valor la calidad, el origen y la diferenciación del producto, a través de campañas en puntos de venta, acciones digitales y colaboración con los principales canales de distribución. Además, se incidirá en la importancia de que el consumidor identifique correctamente el producto, destacando que la única garantía de origen y calidad es el sello europeo de la DOP, evitando confusiones con prácticas que pueden inducir a error, como el desrabado. Asimismo, se mantendrá la presencia en ferias y eventos sectoriales.

VF. Para finalizar, ¿cuándo comenzará a llegar la cereza del Valle del Jerte a los mercados?

JAT. Si las condiciones climatológicas evolucionan con normalidad, las primeras cerezas del Valle del Jerte comenzarán a llegar a los mercados a finales de abril. Como es habitual, la campaña se iniciará con las variedades más tempranas, intensificándose progresivamente en las semanas siguientes hasta alcanzar su punto álgido. En el caso de las Picotas del Jerte, su llegada al mercado se producirá en torno a mediados de junio. En todo caso, el calendario final estará marcado por la evolución de la climatología.



TRANSFRAMARCA

Hortofrutícola

FRUTAS DE MÁXIMA CALIDAD

652 885 296 • info@transframarca.com • https://www.transframarca.com



IPS impulsa un club de productores para gestionar variedades de cereza

Sólo los miembros de este club podrán plantar las variedades procedentes del programa Zaiger Genetics

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

International Plant Selection (IPS) lleva desde 1962 seleccionando nuevas variedades de cerezas adecuadas para todas las áreas de producción en Europa. La compañía francesa mantiene una colaboración exclusiva con numerosos obtentores en todo el mundo, y, fruto de este estrecho contacto, tienen firmado un acuerdo exclusivo con Zaiger Genetics, un programa de California que incluye varios proyectos dedicados a cerezas. IPS actúa como el editor y gestor exclusivo de las variedades desarrolladas dentro de este programa, coordinando la introducción de estas variedades patentadas a través de una red seleccionada de viveristas y productores.

A lo largo de más de 60 años, la firma se ha forjado una sólida reputación gracias a su trabajo como seleccionador de variedades, a su capacidad de innovación, y su adaptación a las exigencias de cada país. Su objetivo a lo largo de su dilatada trayectoria siempre ha sido ofrecer variedades interesantes para los productores. Y, para adaptarse al mercado y cumplir las expectativas de estos productores, IPS anuncia un cambio en el modelo de negocio de la cereza.

Según explica, Alexandre Darnaud, gerente de International Plant Selection (IPS), han creado para la cereza un club de productores denominado ZIC (Zaiger IPS Cherry). “Se trata de un club con un funcionamiento original, ya que sólo los miembros de este grupo pueden acceder a plantar las variedades procedentes del programa Zaiger Genetics, pero, sin embargo, la distribución es libre y pueden comercializar con su propia marca. Nuestro trabajo es encontrar buenas variedades para el productor, no es vender la fruta”.

A la hora de comercializar, el único requisito es cada que cada productor se compromete a poner una pequeña pegatina de ZIC con un código QR para garantizar la trazabilidad del lote, pero la marca principal dominante es la de cada productor o comercializador.

Esta iniciativa arrancó en Francia y ya hay también miembros del club, con variedades plantadas, en España, Marruecos y Turquía. El compromiso de IPS es gestionar todas las variedades nuevas de forma exclusiva a través de los miembros que conformen este grupo.

■ RETOS DE LA CEREZA

El sector productor de la cereza se enfrenta actualmente a varios retos, y uno de los más complejos es la evolución climática. Por ello, encontrar variedades adaptadas al cambio climático es una de las grandes preocupaciones de la firma IPS.

El cambio del comportamiento de la meteorología está provocando fenómenos como el



El cambio climático es uno de los retos del sector de la cereza. / FOTOGRAFÍAS IPS

retraso de la dormancia de los cerezos debido a la falta de horas de frío o las cerezas dobles o deformes que se desarrollan en el árbol debido al calor extremo o la sequía.

“Todos estos factores están complicando el cultivo de las cerezas clásicas, y nos preocupa mucho encontrar variedades de cereza que se adapten a este cambio climático. Y en este sentido, el programa Zaiger Genetics de California es muy dinámico y cada año importamos entre 20 y 25 tipos nuevos de cereza para probarlos”, indica Alexandre Darnaud.



IPS cuenta con 15 hectáreas de campos de experimentación en Drôme Provençale (Francia), y 6 hectáreas en la Región de Murcia. En estas explotaciones se prueban las nuevas variedades procedentes de California y su adaptación a las diferentes zonas de producción europeas. El acuerdo con Zaiger Genetics permite a IPS disponer de un amplio abanico varietal, con variedades que cubren todas las fases de producción y adaptadas a condiciones climáticas variadas.

“En Murcia hemos probado todas las variedades nuevas, y algunas de ellas son muy prometedoras y se han comportado de forma óptima. Nos preocupa mucho el cambio climático, y estas variedades se adaptan muy bien”, comenta Darnaud.

“Hemos detectado también que hay una concentración de la producción de cerezas en el mundo muy importante. Hay menos productores, pero más grandes. Hay mucha más inversión por hectárea, y se está produciendo un cambio radical en la producción de cereza. Y la creación de este club nos permite

seguir este camino”, explica el gerente de IPS.

“Otro aspecto importante es que los productores quieren tener



Alexandre Darnaud anuncia un cambio en el modelo de negocio de IPS para la cereza.

cada vez más conocimientos, y en International Plant Selection contamos con un ingeniero agrónomo encargado de dinamizar el

grupo e intercambiar informaciones técnicas entre el obtentor, IPS y los productores”, concluye Alexandre Darnaud.

Visionary Engineering

Descubre el nuevo software CherryQS

Clasificación de alta precisión más visual e intuitivo con IA

Inteligencia Artificial

Interfaz más intuitiva

Mayor autonomía para personalizar los análisis

Clara visualización de los defectos

Mayor potencia del sistema

mafroda.com



En la foto ensayo de patrones de la serie Corette® (Clare en la izquierda y Crawford a la derecha con la variedad 'Nimba') en Mequinenza (Zaragoza), con Cinca Group en el inicio del 4º año de plantación a 3,5 x 1 m. Foto realizada a 22 de marzo de 2026. / AGROMILLORA

La serie de portainjertos Corette® abre nuevas oportunidades para el cultivo de cerezo en España

El director técnico de Agromillora, Ignasi Iglesias, explica a Valencia Fruits la adaptabilidad de la serie de portainjertos Corette® a suelos mediterráneos y su potencial para plantaciones intensivas más eficientes, rentables y sostenibles

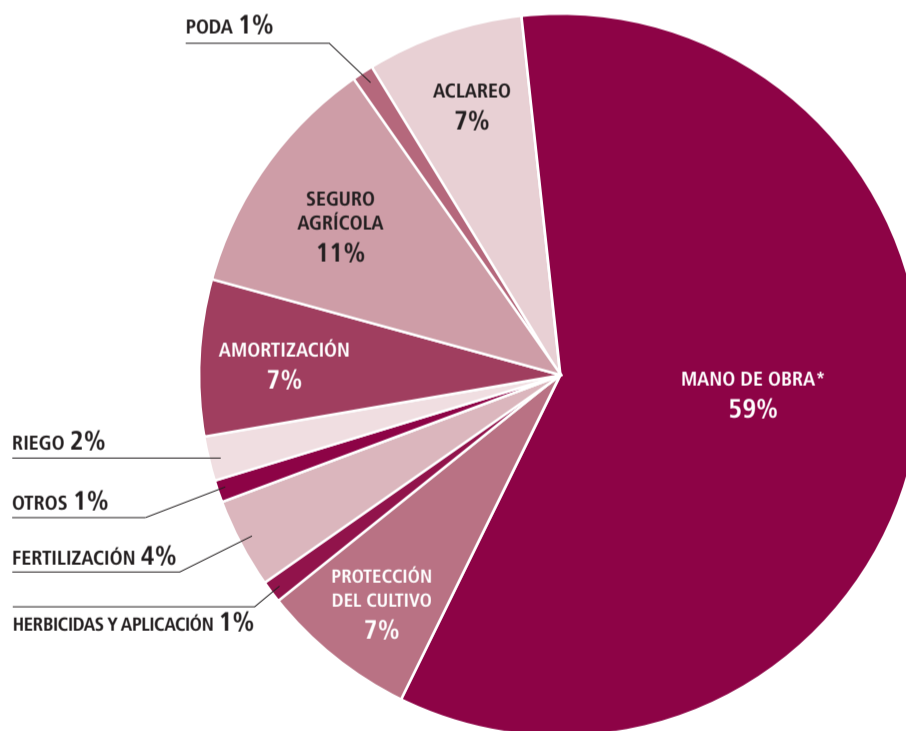
► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

El cerezo se ha consolidado como uno de los cultivos frutales de mayor valor añadido en España, aunque también como uno de los más exigentes desde el punto de vista técnico, agronómico y comercial. Con una superficie actual próxima a las 29.000 has y una producción media anual de 121.000 t, España es el primer exportador de la Unión Europea y, de todas las frutas, la cereza es la única con una tendencia consumo ascendente desde 1989.

En un contexto marcado por el cambio climático y las crecientes demandas del mercado y la distribución, el sector se enfrenta al reto constante de evolucionar para mantener la productividad, la calidad de la fruta y la rentabilidad de las explotaciones, con la innovación como eje que marca el rumbo del futuro del cultivo.

Para Ignasi Iglesias, doctor ingeniero agrónomo y director técnico de Agromillora, la innovación en el cultivo del cerezo se sustenta en tres pilares fundamentales: variedades, portainjertos y sistemas de conducción, que deben conducir a producciones óptimas y de alta calidad.

Distribución total de los costes de producción en 2024



Estimación para 15 t/ha; 23,341€/ha-año, cv. SANTINA. / AGROMILLORA

*Se calcula la mano de obra a 1.000 h/ha-año

“En variedades existe muchísima innovación, con materiales *mid-chilling* y *low-chilling*, así como nuevas selecciones más tardías que permiten alargar el calendario de cosecha, más aún si se produce en altura. En lo referido a portainjertos se busca que aporten el vigor deseado, compatibilidad con las variedades, adaptabilidad a las condiciones edáficas, resistencia a enfermedades y tolerancia a los efectos derivados del cambio climático —sobre todo, las elevadas temperaturas estivales y el menor frío invernal—, además de que induzcan una buena productividad. Y en conducción hablamos del vigor conferido a la variedad, de la densidad de plantación y de la arquitectura de árbol”. En este sentido, el director técnico de Agromillora apunta que “en todas las especies frutales se tiende a la intensificación, a árboles de menor volumen y a sistemas de conducción planos, 2D o en pared como eje, bieve o trije, para mejorar la eficiencia de la mano de obra en la poda, aclareo o recolección, facilitar la mecanización y reducir los costes de producción, en particular la mano de obra de recolección que representa el 60% del coste de producción”, explica.

De este modo, Iglesias subraya que estos tres elementos concentran la evolución técnica del cultivo. “Ahí es donde se basa la innovación del cerezo, porque realmente no hay otro camino: qué variedad plantas, qué portainjerto utilizas y, en función de esa combinación, qué forma le das al árbol para su máxima accesibilidad a personas y máquinas. Cada uno de estos puntos incorpora avances constantes y es lo que marca la innovación en este cultivo”, además de los avances en digitalización de procesos, monitorización del suelo, planta y clima o la robótica, añade.

LA SERIE CORETTE® GANA PROTAGONISMO

En el terreno de los portainjertos, el director técnico de Agromillora reconoce que la innovación ha sido hasta ahora “más bien poca, pensando en nuestras peculiares condiciones edafoclimáticas: suelos generalmente calcáreos y temperaturas estivales elevadas”, pero destaca que “sí que van saliendo cosas nuevas”. Entre estas, destaca el uso de series consolidadas en el mercado. Por ejemplo, una que “se utiliza ampliamente en el norte de Europa, norte de Italia, o Chile, la serie GiSela®, en concreto GiSela®5 y GiSela®6. Ambos procedentes de Giessen (Alemania) y licenciados a la empresa CDB. Son portainjertos que reducen el vigor de la

D.O.P. cereza DEL JERTE

sostenibles

sabrosas

saludables

Con calidad certificada y el sabor único del Valle del Jerte.

Unión Europea Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural

JUNTA DE EXTREMADURA

Comunidad de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible

Origen genético de la serie de portainjertos Corette®

Varietades	Selección inicial	Origen genético (resumen)
Cass (Corette®1)	Selección por condados del Estado de Michigan	Híbrido complejo (<i>P. avium</i> x <i>P. Cerasus</i> x <i>P. fructicosa</i>)
Clare (Corette®2)		Híbrido interespecífico complejo similar
Clinton (Corette®3)		Polinización abierta (<i>P. cerasus</i> x <i>P. canescens</i>),
Crawford (Corette®4)		<i>P. cerasus</i> x (<i>P. cerasus</i> x <i>P. canescens</i>)
Lake (Corette®5)		Antecedentes interespecíficos del cerezo ácido

Tabla 1. / MICHIGAN STATE UNIVERSITY (MSU)

planta, permiten intensificar las plantaciones, entrar muy rápidamente en producción, con producciones elevadas de buen calibre y mecanizar operaciones como la poda, el aclareo o la recolección (Iglesias et al., 2024). Esta es una opción que ya está disponible en el mercado desde hace muchos años". No obstante, Iglesias aclara que "estos portainjertos no se adaptan en España a las zonas de la vertiente mediterránea con climas cálidos, suelos calcáreos y pH básico, muy diferente a las condiciones del norte de Italia, Chile, norte de Europa o Alemania de donde proceden".

Frente a las limitaciones de los portainjertos GiSela® en España, desde Agromillora se buscó una genética diferente, que es la serie Corette®. Se trata de una serie de cinco portainjertos denominados Cass, Clare, Clinton, Crawford y Lake, obtenidos por la Michigan State University (MSU) de Estados Unidos a partir de especies existentes en los centros de biodiversidad de Europa y Rusia. Su origen genético se indica en la tabla 1. Confieren una gama baja de vigor, muy inferior a SL-64 y Adara (patrones de referencia en España) e inferior a GiSela®6.

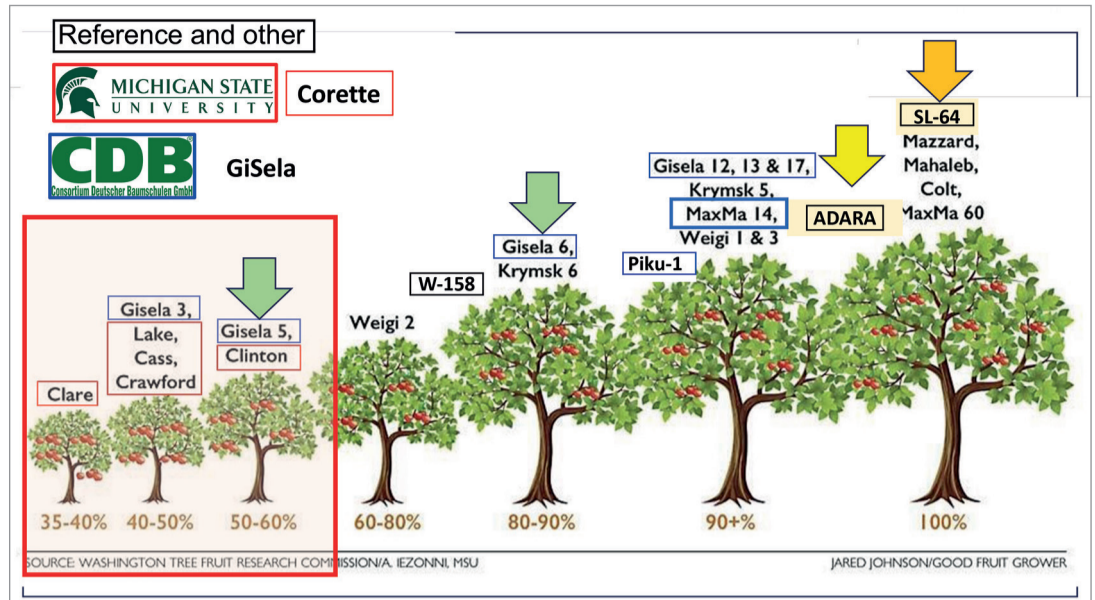
Se trata de una serie más reciente, aunque tampoco es nueva, pues se obtuvieron y seleccionaron en el período 2000-2010. "Una licencia de experimentación posibilitó a Agromillora su introducción y multiplicación para realizar las plantaciones experimentales entre 2022 y 2025 junto a otros portainjertos de CDB de la serie GiSela®", explica Iglesias. "La red experimental establecida está coordinada por Agromillora y CDB y tiene por objetivo evaluar la adaptabilidad de los diferentes portainjertos a las condiciones edafo-climáticas de España y de otros países de Europa. Para ello se han establecido dos niveles de experimentación: el 1º se inició en 2023 en tres localidades de España (Mequinenza-Zaragoza, Albalate de Cinca-Huesca y Cabrero-Valle del Jerte, Cáceres) y

en dos de Italia (Vignola y Sammichele-Bari) en 2025, en ambos casos en colaboración con empresas del sector e institutos y centros de investigación. El 2º se inició en 2025 en la red europea de centros de investigación EUFRAIN (*European Fruit Research Network*) con diferentes variedades según la zona, donde participan 18 países" explica el director técnico de Agromillora.

"Los tres ensayos de España se encuentran en 2026 su cuarto año de plantación, mostrando resultados interesantes hasta 2025, en concreto una buena adaptación de algunos de ellos como Clare o Crawford a climas mediterráneos cálidos, un vigor y crecimientos adecuados, excepto Clinton, rápida entrada en producción y producciones que en algunas combinaciones con la variedad Sweet Aryana® han superado las 11 t/ha en 2025 (3r verde), algo que no se dio con GiSela®5 y GiSela®6", añade Iglesias.

Aunque todavía es pronto para realizar un veredicto sobre si esta serie de portainjertos es idónea para el territorio español y otros países de Europa, el director técnico de Agromillora explica que siguen "comprobando su comportamiento hasta que los árboles sean adultos y dispongamos de referencias multi-localidad bien contrastadas, tanto en suelos calizos y climas cálidos de la vertiente mediterránea, como en suelos ácidos y climas templados de Extremadura o centro norte de Europa para conocer su adaptabilidad real".

Sobre su evolución, Iglesias destaca que de ser positiva y favorable, el siguiente paso será "iniciar su desarrollo a escala comercial en diferentes países del mundo, dado que hay empresas interesadas por este tipo de material vegetal para el desarrollo de plantaciones intensivas". Porque, tal y como añade, "al final, intensificación significa plantar más árboles por hectárea pero implica producir más rápido, con mejor calidad de fruta y menor coste de producción a lo largo de la vida de la plantación".



Comparación esquemática del vigor inducido por distintos portainjertos de cerezo. / WASHINGTON FRUIT TREE RESEARCH COMMISSION & IEZONNI MSU

SISTEMAS DE FORMACIÓN Y CONDUCCIÓN DEL CULTIVO

La última vertiente de la innovación en el cerezo, la formación y conducción del cerezo es también un aspecto fundamental para optimizar la producción, la mecanización y la eficiencia de la recolección.

"La forma o arquitectura del árbol es clave, porque influye directamente en la eficiencia de

la cosecha. Por ejemplo, los árboles con forma plana permiten un acceso más sencillo al fruto, mientras que un árbol más alto ya requiere manejar y subir a escaleras, operación ya prohibida en determinados países", explica Iglesias. De hecho, ensalza la forma plana o 2D, pues "estudios recientes publicados en Washington (Witting, 2022) muestran que el rendimiento de la cosecha se

incrementó en un 72% en un UFO (multijeje-2D) con respecto al vaso tradicional". En este sentido, el Iglesias añade que "el sistema 2D posibilita la recolección peatonal o semipeatonal con pequeñas escaleras, y permite realizar poda y el aclareo mecánico de yemas o flores utilizando equipos como el 'Darwin'".

Actualmente, las formas planas son las más utilizadas en manzano y peral a nivel mundial, y también se están adoptando en cerezo en plantaciones intensivas, ya que permiten recolectar de manera más rápida y eficiente. Pero además, estos sistemas suponen una ventaja de cara a los futuros avances en escaneos de copa para el conteo de flores o frutos, previsiones de cosecha o robotización de la poda, del aclareo de flores o frutos o la recolección.

En conjunto, la innovación en el cultivo del cerezo en España avanza sobre tres pilares complementarios: la selección de variedades adaptadas, el desarrollo de portainjertos como Corette® o nuevos GiSela® adaptados a climas y suelos mediterráneos, y la formación y conducción en sistemas intensivos y sistemas de formación bidimensionales para maximizar la producción, la calidad, la eficiencia de la cosecha y la mecanización. Además, tanto portainjertos como variedades deberán estar en el sur de Europa cada vez más adaptados a disponibilidades decrecientes de frío invernal ligadas al cambio climático (Guerrero et al., 2024).

El director técnico de Agromillora concluye afirmando que estos progresos permiten no sólo adaptar el cerezo a las condiciones locales, sino también sentar las bases de un cultivo más competitivo, rentable y sostenible en el futuro cercano.



Ejemplo de un sistema de conducción plano, en 2D con formación bieje. / AGROMILLORA

PAMPOLS
PACKAGING INTEGRAL

900 401 777
www.pampols.es

El mejor packaging
para sus cerezas



LUIS VILLALBA DEL RÍO / CEO de SAT VIDRIO

“La fortaleza de Vidrio Fruits es ofrecer volumen con un alto grado de homogeneidad”

Pocos operadores concentran hoy el peso comercial de la cereza en Europa como Vidrio Fruits. Proveedor de grandes cadenas de distribución y referente en volumen y homogeneidad de producto, la compañía ha construido su crecimiento sobre la especialización y el control de toda la cadena. En esta entrevista, Luis Villalba del Río, su CEO, desgrana las claves de un modelo que combina escala, regularidad en el suministro y una apuesta decidida por ampliar el calendario de producción.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Vidrio Fruits se define como un actor clave en la comercialización de cereza en Europa. ¿Cómo ha sido la evolución de la empresa hasta alcanzar esa posición?

Luis Villalba del Río. Somos una empresa familiar, formada por tres hermanos, que hace unos quince años detectó un vacío claro en el sector: en España apenas existían empresas privadas especializadas en cereza, más allá de grandes cooperativas centradas en volumen para el suministro a la distribución.

A partir de ahí, iniciamos un proyecto propio basado en inversión progresiva y crecimiento sostenido. En los últimos años es cuando realmente se ha producido un salto significativo, tanto en superficie como en volumen.

Hoy, Vidrio Fruits se ha consolidado como una de las principales empresas especializadas en cereza a nivel europeo.

VF. ¿Qué relación teníais los tres hermanos Villalba del Río con el mundo de la cereza?

LV. Procedemos de una familia con una larga tradición agrícola, somos cuarta generación de fruticultores y nuestros abuelos ya cultivaban cereza en la zona de Calatayud.

Aunque siempre hemos trabajado este cultivo, durante años no fue nuestro producto principal. Nuestra actividad estaba más centrada en otras frutas de hueso, como paraguay, melocotón amarillo o nectarina, siguiendo el modelo habitual de diversificación en la zona.

Como ingenieros agrónomos, en un momento dado nos planteamos hacia dónde queríamos orientar el proyecto, qué podíamos hacer diferente y dónde había una oportunidad real. Fue entonces cuando identificamos el potencial de la cereza y decidimos apostar por su especialización.

VF. Vidrio Fruits trabaja con producción en varias zonas —Aragón, Cataluña, La Rioja y Navarra—. ¿Qué aporta esta diversificación geográfica a nivel productivo y comercial?

LV. A nivel comercial, la diversificación geográfica no tiene un impacto significativo, ya que trabajamos bajo los mismos estándares en todas nuestras zonas de producción. Para nuestros clientes, el origen concreto de la cereza es secundario, porque saben que el producto mantiene un nivel homogéneo de calidad independientemente de su procedencia. Sin embargo, desde el punto de vista productivo es clave, ya que nos permite mitigar riesgos



Luis Villalba considera fundamental asegurar un suministro constante de cereza de calidad. / VF

ante posibles incidencias climáticas. Si una zona se ve afectada, podemos apoyarnos en otras, lo que nos garantiza disponibilidad de producto.

Esta estabilidad es fundamental para la gran distribución. Más allá de la calidad —que es el principal requisito—, las cadenas valoran especialmente la capacidad de asegurar un suministro constante de cereza de calidad a lo largo de toda la campaña.

En cuanto a nuestra estructura productiva, este año hemos incorporado nuevas zonas en Alicante y Albacete tras la firma de una *joint venture* con un productor relevante de la zona. El objetivo es desarrollar nuevas plantaciones que nos permitan cubrir el tramo de cerezas tardías.

Por el contrario, en Extremadura probamos en su momento con un almacén, pero el proyecto no encajó con nuestro modelo de trabajo y finalmente se cerró.

Además, complementamos la campaña nacional —que se

“Para nuestros clientes, el origen concreto de la cereza es secundario, porque saben que el producto mantiene un nivel homogéneo de calidad independientemente de su procedencia”

extiende durante unos cuatro meses— con la importación de cereza de contraestación procedente de Chile, lo que nos permite operar también en los meses de invierno y ofrecer suministro durante un periodo más amplio del año.

VF. La cereza es un cultivo muy sensible a factores climáticos. ¿Cómo están afectando las últimas campañas marcadas por la inestabilidad meteorológica?

LV. Es un aspecto clave para nosotros, especialmente en lo que respecta a la garantía de producción. En los últimos años hemos intensificado nuestras inversiones no sólo en nuevas plantaciones, sino también en sistemas de protección de cultivo.

Actualmente trabajamos con todas las herramientas disponibles en el sector, como mallas antigranizo, pantallas cortavientos, cubiertas plásticas antilluvia o incluso cañones antigranizo. Este tipo de infraestructuras nos permite minimizar el impacto de episodios climáticos adversos.

Gracias a esta estrategia, cuando las condiciones se complican y otras zonas ven comprometida su producción, nosotros podemos seguir suministrando con mayor regularidad. La inversión en protección se ha convertido, por tanto, en un pilar fundamental de nuestro modelo productivo.

VF. Desde el punto de vista comercial, ¿cómo ha evolucionado el consumo de cereza en los últimos años? ¿Detectan cambios en los hábitos del consumidor?

LV. Sí, y de forma significativa. El principal cambio es que la calidad se ha convertido en el factor determinante de compra. Si antes el mercado era más homogéneo, hoy el consumidor es mucho más exigente y prioriza claramente el sabor por encima de otros atributos como el calibre. En este sentido, busca una cereza crujiente, firme, de buen calibre y con un color oscuro intenso, asociando estos parámetros a una mejor experiencia de consumo.

Otro cambio relevante es el formato. Se ha producido un aumento progresivo del tamaño de los envases, si antes predominaban los formatos de 250 o 300 gramos, actualmente el estándar se sitúa en torno a los 500 gramos, con presentaciones que pueden alcanzar hasta el kilo o kilo y medio.

Además, la especialización varietal ha ganado mucho peso. En nuestro caso, contamos con plantaciones relativamente jóvenes —más del 70% tienen menos de siete años—, lo que nos permite trabajar con variedades de última generación, orientadas precisamente a mejorar sabor y firmeza.

Más allá de comunicar cada variedad al consumidor, nuestra estrategia se basa en trabajar con un grupo seleccionado que nos permita ofrecer un producto homogéneo y reconocible durante toda la campaña, manteniendo un nivel de calidad constante desde el inicio hasta el final.

VF. ¿Y esas características de estas variedades cuáles serían?

LV. Fundamentalmente, buscamos variedades que destaquen por su sabor, firmeza de la carne, color oscuro y buen calibre, ya que son los atributos que hoy marcan la diferencia en la percepción del consumidor.

VF. En un mercado cada vez más competitivo, ¿cuáles diría que son las principales fortalezas de Vidrio Fruits?

LV. Nuestra principal fortaleza es la capacidad de ofrecer grandes volúmenes con un alto grado de homogeneidad. Podemos suministrar camiones completos con un producto uniforme, sin diferencias apreciables entre el primer y el último palet, lo que garantiza una experiencia consistente para el cliente.

Este nivel de regularidad es especialmente valorado por la gran distribución. Si antes un operador debía aprovisionarse en varios puntos para completar un solo camión, hoy nosotros podemos suministrar varios camiones diarios con un estándar de calidad homogéneo.

VF. La profesionalización del sector es cada vez mayor. ¿Qué papel juega la tecnología o la innovación en su modelo de producción y comercialización?

LV. La innovación es un eje fundamental en nuestro modelo, tanto en campo como en los procesos posteriores. En producción, ya hemos avanzado en aspectos como la protección de cultivos y el desarrollo varietal, que son claves para garantizar calidad y regularidad.

Uno de los principales retos sigue siendo la gestión de la mano de obra, ya que durante la campaña manejamos entre 3.500 y 4.000 personas en distintas zonas de producción, lo que exige un alto nivel de coordinación y eficiencia.

En este contexto, la tecnología juega un papel decisivo. Estamos incorporando soluciones de automatización y robotización, especialmente en procesos de confección y packaging, que nos permiten optimizar costes y aumentar significativamente la capacidad productiva con los mismos recursos humanos.

Además, estamos desarrollando proyectos basados en inteligencia artificial orientados a mejorar la toma de decisiones en toda la cadena de valor, desde la gestión en campo hasta los procesos comerciales, con el objetivo de ganar agilidad y precisión en un entorno cada vez más exigente.

VF. ¿Qué retos afronta actualmente el sector de la cereza en España?

LV. Uno de los principales retos es la apertura del mercado chino, un objetivo que el sector llevaba más de una década persiguiendo y que finalmente se materializó el pasado año.

Se trata de una gran oportunidad, pero también de un desafío, especialmente por las exigencias del protocolo en origen, que obliga a mantener la fruta en frío durante un periodo prolongado antes de su envío. Esto limitará inicialmente los volúmenes, por lo que será fundamental empezar con buen pie.

En este sentido, es clave cuidar al máximo la calidad y la imagen del producto, ya que en este mercado no se perciben tanto las marcas individuales como el origen, lo que está en juego es la imagen de la cereza española en su conjunto.

A ello se suma un contexto internacional complejo. Factores



Nuevas oficinas de Vidrio Fruits en Ricla. / VIDRIO FRUITS



Visita del consejero aragonés de Agricultura a Vidrio Fruits. / GOBIERNO DE ARAGÓN

geopolíticos, como las tensiones en Oriente Medio y su impacto en rutas logísticas estratégicas, pueden traducirse en incrementos de costes y mayor incertidumbre en la operativa.

Por otro lado, todo apunta a una campaña con elevados volúmenes de producción en el hemisferio norte, tanto en España como en otros países competidores como Grecia o Turquía, lo que previsiblemente tensionará el mercado europeo. Aunque todavía estamos en una fase temprana del desarrollo del cultivo y la climatología puede alterar las previsiones, venimos ya de campañas con cifras récord—en torno a 136 millones de kilos—y no se descarta alcanzar niveles aún mayores. En este contexto, uno de los grandes retos será gestionar adecuadamente esos volúmenes para evitar desequilibrios en el mercado y mantener la rentabilidad del sector.

VF. ¿Y las amenazas?

LV. Las principales amenazas provienen de otros grandes productores europeos, especialmente Turquía y Grecia. En términos de volumen, ambos países tienen un peso muy significativo—Grecia ya supera a España y Turquía multiplica varias veces su producción—, lo que les otorga una gran capacidad de influencia en el mercado.

Tradicionalmente, su presencia se concentraba en las fases más tardías de la campaña española. Sin embargo, en los últimos años están avanzando en sus calendarios de producción, incorporándose cada vez antes al mercado y solapándose con la oferta española.

Este adelanto, unido a sus elevados volúmenes, incrementa la presión competitiva y obliga al sector español a reforzar su posicionamiento en términos de calidad, regularidad y diferenciación.

VF. ¿Y cuáles son las bazas de España y las vuestras para competir con la oferta de estos países?

LV. Una de las principales bazas de España es la fortaleza del consumo interno, especialmente en los meses de verano, impulsado en gran medida por el turismo

y por una creciente preferencia por el producto de proximidad. Este contexto favorece la absorción de producción en el mercado nacional, particularmente en la segunda parte de la campaña.

En nuestro caso, durante ese periodo reforzamos precisamente la orientación hacia el mercado doméstico, reduciendo el peso de la exportación. Actualmente, nuestras ventas se distribuyen aproximadamente en un 60% exportación y un 40% mercado nacional, aunque en los meses centrales de verano ganan protagonismo las ventas en España.

Esta combinación de demanda interna sólida y capacidad de adaptación comercial nos permite competir con mayor eficacia frente a la presión de otros países productores.

VF. Con el escenario que hemos expuesto, ¿existen oportunidades para el crecimiento del sector de la cereza en los próximos años?

LV. Sí, claramente. A pesar del contexto competitivo, seguimos siendo optimistas y creemos que existen oportunidades de crecimiento, especialmente a través de la ampliación del calendario de producción.

En nuestro caso, continuamos invirtiendo en nuevas plantaciones con el objetivo de adelantarnos y retrasarnos respecto a las fechas actuales de campaña. Estas ventanas—al inicio y al final de la temporada—son, hoy por hoy, las que ofrecen mayor potencial desde el punto de vista comercial.

VF. Durante la entrevista ya se han dado algunas pinceladas, pero para esta campaña, ¿qué previsiones manejan en Vidrio Fruits?

LV. Las previsiones apuntan a un incremento significativo tanto a nivel nacional como en nuestra propia producción. El año pasado, las condiciones climáticas afectaron especialmente al tramo final de la campaña, lo que impidió alcanzar los volúmenes previstos.

De cara a esta campaña, y si se cumplen las expectativas, podríamos situarnos en torno a los 25 millones de kilos, dentro de un contexto nacional que podría alcanzar aproximadamente los 150 millones de kilos.

La IA de Maf Roda redefine el control de calidad en postcosecha para cereza

La compañía extiende sus algoritmos de IA a toda su gama de soluciones de automatización para frutas y hortalizas



Maf Roda combina dos palancas de innovación especialmente relevantes en postcosecha: la IA y la robótica / MAF RODA

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña de cereza vuelve a poner el foco en un factor que hoy marca la diferencia en los almacenes: la capacidad de analizar la calidad con la misma precisión con la que el mercado exige uniformidad, vida útil y presentación. En ese contexto, Maf Roda refuerza su propuesta tecnológica con una hoja de ruta clara: llevar la IA al corazón de sus sistemas de calidad para elevar la consistencia de la clasificación, reducir la variabilidad operativa y conseguir un producto homogéneo *ready-to-eat*.

La compañía internacional, con experiencia en múltiples categorías de fruta fresca, aplica estos avances de IA de forma transversal en su portafolio de sistemas de calidad para frutas y hortalizas, incluyendo la cereza. El objetivo es común: con un reconocimiento visual avanzado es capaz de interpretar patrones con un sistema de calidad autónomo y muy sencillo de manejar, incluso cuando los defectos son sutiles o aparecen combinados.

Maf Roda, con el apoyo de una estrategia de I+D orientada a automatización, visión e integración de datos, combina dos palancas de innovación especialmente relevantes en postcosecha: la IA y la robótica. “La primera aporta “criterio” al sistema de calidad; la segunda, repetibilidad y continuidad al

proceso. El resultado es una instalación capaz de sostener ritmos industriales sin perder finura en la selección, un aspecto crítico en la cereza, donde, además de pequeñas diferencias de color, firmeza aparente o microdaños, los tiempos de trabajo debido a una campaña corta e intensa pueden condicionar el destino comercial”, según explican desde la empresa.

En la práctica, Maf Roda lleva años entrenando modelos de Machine Learning en sus equipos de inspección; y, más recientemente, ha incorporado arquitecturas de Deep Learning para aumentar la capacidad de clasificación en escenarios reales de almacén. “Esta evolución permite analizar la fruta con mayor robustez y autonomía, manteniendo velocidades competitivas y elevando la precisión en la detección de defectos y desviaciones de categoría”, aseguran.

En cereza, estos avances se materializan en soluciones como Cherryscan G7, junto con el software CherryQS, que, según describen en la compañía, “muestran un salto relevante en usabilidad. Maf Roda ha trabajado en interfaces más intuitivas que simplifican el ajuste de parámetros centralizado en una misma pantalla, reduciendo la curva de aprendizaje y mejorando la autonomía del operario en campaña”.

En paralelo al avance del control de calidad con IA, la automatización en cereza gana peso como respuesta a la escasez de mano de obra, a la necesidad de trazabilidad y a la búsqueda de una confección estable a lo largo de toda la jornada. En este apartado destaca el calibrador Cherryway IV, concebido para un manejo delicado del fruto y para maximizar la visibilidad durante la inspección. Su sistema de rotación en cuatro movimientos coloca la cereza en posición transversal, minimizando la interferencia del pedúnculo y permitiendo observar la superficie completa, incluida la zona apical, un punto especialmente sensible en la evaluación de defectos.

La propuesta para el sector se completa con una llenadora multiformato orientada a envases pequeños, capaz de trabajar con distintos tipos de presentación—desde cestas y clamshells hasta tarrinas de plástico o cartón—manteniendo una precisión de llenado de ± 1 fruto.

De esta forma, con la IA como hilo conductor, Maf Roda consolida “una gama de soluciones donde la calidad se mide mejor, la operación se simplifica y la automatización aporta continuidad, elementos clave para que la cereza llegue al consumidor con el estándar que hoy exige el mercado”, afirman.



New Cherry for New World
Zaiger IPS Cherry



Tél. +33 (0)4 75 90 92 89 | contact@ips-plant.com | www.ips-plant.com

El avance de Turquía y Grecia intensifica la presión sobre la cereza española

El adelanto de los calendarios y la expansión del cultivo redefinen la competencia

■ NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Las principales amenazas para el sector de la cereza de España provienen de otros grandes productores, especialmente Grecia y Turquía, que han reforzado su peso en el mercado europeo en los últimos años. En términos de volumen, ambos países presentan una capacidad productiva muy significativa —con Grecia acercándose a los niveles productivos de España y, en determinadas campañas, con registros similares o puntualmente superiores, y Turquía multiplicando varias veces su producción—, lo que les otorga una elevada capacidad de influencia en los flujos comerciales y en la formación de precios.

Tradicionalmente, su presencia se concentraba en las fases más tardías de la campaña española. Sin embargo, en los últimos años se observa un cambio estructural en sus calendarios productivos. Tanto Grecia como Turquía están adelantando progresivamente su entrada en el mercado, lo que está generando un solapamiento cada vez mayor con la oferta española en momentos clave de la campaña.

Este doble factor —volumen y precocidad— está intensificando la presión competitiva y obliga al sector español a reforzar su posicionamiento en términos de calidad, regularidad y diferenciación, en un contexto en el que la competencia ya no se limita a los tramos finales de campaña, sino que se extiende a su núcleo central.

A este escenario se suma además un cambio de fondo en el modelo productivo de estos países. Grecia y Turquía están impulsando una fuerte expansión con la introducción de nuevos patrones y variedades de bajas necesidades de frío, que permiten implantar cerezos en zonas hasta ahora no tradicionales. Esta transformación, especialmente acelerada en Grecia y cada vez más visible en Turquía —donde incluso productores de cítricos están reconvirtiendo sus explotaciones—, está ampliando la oferta en los tramos más tempranos de campaña, coincidiendo directamente con España. En este contexto, la competencia deja de ser únicamente estacional para adquirir un carácter estructural y creciente.

Más allá de sus diferencias estructurales, Grecia y Turquía están configurando un nuevo escenario competitivo en el mercado europeo de la cereza. Por un lado, Grecia ha consolidado un modelo basado en la precocidad y la orientación exportadora, lo que le permite posicionarse en las primeras fases de la campaña con producto de valor. Por otro, Turquía aporta un elevado volumen estructural que, en condiciones normales, le permite ejercer una fuerte influencia sobre el mercado, aunque con una creciente volatilidad derivada de factores climáticos y económicos.



La competencia de Grecia y Turquía se ha incrementado en las últimas campañas de cereza española. / ARCHIVO

La combinación de ambos factores —entrada temprana y gran capacidad productiva— está redefiniendo los equilibrios tradicionales del mercado, generando una presión sostenida a lo largo de toda la campaña. En este contexto, el sector español se enfrenta a un entorno más complejo, en el que la competencia ya no es puntual ni estacional, sino estructural y creciente.

■ TURQUÍA: VOLUMEN Y VOLATILIDAD

Turquía se mantiene como uno de los principales productores mundiales de cereza, con una posición consolidada tanto por volumen como por capacidad exportadora. En paralelo, el sector está avanzando en la introducción de nuevas variedades y patrones que están permitiendo extender el cultivo a nuevas zonas productivas. Sin embargo, durante los últimos años el sector está evidenciando una creciente volatilidad condicionada por factores climáticos y económicos que afectan tanto a la producción como a su comportamiento en los mercados.

La campaña 2025/26 ha sido especialmente reveladora en este sentido. La producción se situó en torno a las 400.000 toneladas, muy por debajo de su potencial productivo habitual —que en campañas normales se sitúa ampliamente por encima de este nivel—, con descensos muy acusados respecto a la campaña anterior como consecuencia de episodios climáticos extremos —heladas, sequía, granizo y lluvias intensas— que afectaron a hasta 36 provincias.

De cara a 2026, las previsiones apuntan a una recuperación de los volúmenes, favorecida por condiciones meteorológicas más estables. No obstante, esta mejora no oculta una realidad estructural: Turquía combina un elevado potencial productivo con una fuerte irregularidad entre campañas, lo que introduce

un alto grado de incertidumbre en el mercado.

En términos de estructura, el cultivo de cereza se desarrolla sobre una superficie cercana a las 95.000 hectáreas, relativamente estable durante la última década. De ellas, aproximadamente 76.000 corresponden a cereza dulce y 19.000 a cereza ácida. El sector cuenta con alrededor de 21 millones de árboles productivos de cereza dulce y unos 5 millones de cereza ácida, reflejo de un proceso gradual de intensificación mediante la modernización de plantaciones.

Pese a estos avances, el modelo productivo continúa dominado por explotaciones familiares tradicionales, aunque gana peso un sistema más intensivo y orientado a la exportación. Esta dualidad se traduce en una oferta heterogénea tanto en calidad como en regularidad. Turquía dispone de más de un centenar de variedades, si bien la 0900 Ziraat —conocida internacionalmente como Napoleón— continúa siendo la referencia para exportación por su calibre, firmeza y buena conservación. En paralelo, se está produciendo una renovación varietal con materiales más productivos y adaptados a las exigencias del mercado.

El calendario productivo se extiende desde finales de mayo hasta comienzos de agosto, con un pico de cosecha en junio. La campaña se inicia en las zonas más tempranas, como Izmir, y progresa hacia regiones interiores como Afyonkarahisar o Konya, lo que permite escalar la oferta.

Uno de los principales condicionantes del sector es el contexto económico. La elevada inflación y el incremento de los costes de producción —especialmente en mano de obra, insumos y energía— están tensionando la rentabilidad de las explotaciones, en particular de las más pequeñas, que además presentan dificultades de acceso a seguros agrarios.

El impacto de la campaña 2025/26 ha sido especialmente visible en el ámbito comercial. La fuerte caída de la producción provocó un desplome sin precedentes de las exportaciones, que se redujeron hasta niveles mínimos en las últimas campañas.

Esta situación se vio agravada por factores macroeconómicos, como la política monetaria orientada a contener la inflación, que redujo la competitividad exterior al limitar el efecto del tipo de cambio. Como resultado, Turquía perdió presencia en los mercados internacionales en una campaña en la que competidores como Uzbekistán o Irán aprovecharon la menor oferta turca para ganar cuota.

En condiciones normales, Turquía desempeña un papel clave como proveedor en mercados como la Unión Europea, Rusia o Europa del Este, con destinos destacados como Alemania, Rusia o Polonia. De hecho, el crecimiento de la producción en la última década —superior al 60%— ha estado impulsado en gran medida por la demanda exterior, especialmente de cereza dulce, mientras que la producción de cereza ácida se mantiene más estable y orientada a la industria transformadora (zumos, congelados y mermeladas).

A pesar de todo, el sector mantiene importantes fortalezas. Entre ellas destacan su elevado volumen estructural, un calendario competitivo, una amplia base varietal y una industria exportadora con experiencia. En los últimos años, además, se han intensificado las inversiones en infraestructuras de frío, confección y logística, así como las acciones de promoción tanto en el mercado interno como en el exterior. No obstante, persisten desafíos relevantes. La elevada dependencia de factores climáticos, la presión de los costes, la necesidad de cumplir con normativas cada vez más exigentes en mercados como la Unión Europea y la

concentración en determinados destinos configuran un escenario complejo para el sector.

En este contexto, la campaña 2026 se perfila como un ejercicio de recuperación, pero también como una prueba de la capacidad del sector para ganar estabilidad y reforzar su posicionamiento competitivo.

■ GRECIA: PRECOCIDAD Y FRAGILIDAD

En los últimos años, Grecia se ha consolidado como uno de los principales actores europeos en el mercado de la cereza, con un modelo claramente orientado a la exportación y apoyado en una ventaja competitiva clave: su precocidad. A este posicionamiento se suma en la actualidad una fuerte expansión del cultivo impulsada por la introducción de nuevas variedades y patrones de bajas necesidades de frío, que están permitiendo extender las plantaciones a zonas hasta ahora no tradicionales y acelerar el crecimiento de la superficie productiva.

Este proceso, basado en la modernización del material vegetal y en una estrategia claramente orientada a los tramos tempranos de campaña, está reforzando su presencia en los mercados europeos en momentos de alto valor comercial y aumentando su solapamiento con la oferta española. Sin embargo, la campaña 2026 refleja un escenario marcado por una fuerte contradicción entre su posicionamiento comercial y las crecientes dificultades productivas. La producción se concentra mayoritariamente en el norte del país, especialmente en las regiones de Macedonia Central —Pella, Imathia y Pieria—, que concentran en torno al 80% del volumen total. Estas zonas constituyen el núcleo del sector y, en muchos casos, presentan una alta dependencia del cultivo, con áreas donde la cereza funciona prácticamente como monocultivo.

La campaña 2025 marcó un punto de inflexión debido a episodios climáticos adversos, principalmente heladas tardías en marzo, que provocaron pérdidas muy significativas, con daños que en algunas zonas alcanzaron entre el 70% y el 100% de la producción. Este impacto ha condicionado también el arranque de la campaña 2026, manteniendo un escenario de menor disponibilidad de producto respecto al potencial productivo del país.

A estas pérdidas se suma un factor que está tensionando especialmente al sector: la falta de compensaciones. A comienzos de 2026, productores de las principales zonas cereceras denunciaban encontrarse en una situación muy complicada tras no haber recibido indemnizaciones por los daños sufridos, lo que podría comprometer la continuidad de muchas explotaciones y la capacidad de afrontar la nueva campaña.

Pese a este contexto, Grecia mantiene una posición destacada en el mercado gracias a su calendario. La producción griega se caracteriza por su precocidad, lo que le permite acceder a los mercados europeos en fases tempranas de la campaña, adelantándose a otros orígenes y captando precios más elevados. Regiones como Tesalia o áreas tempranas de Macedonia refuerzan este posicionamiento.

Este enfoque exportador sigue siendo uno de los pilares del

sector. Los principales destinos son países de la Unión Europea, con Alemania e Italia entre los mercados más relevantes. A pesar de la reducción de volúmenes en la última campaña, la menor oferta global —derivada también de problemas productivos en otros países— ha permitido sostener e incluso elevar los precios, en algunos casos con incrementos muy significativos.

En este sentido, el mercado griego se caracteriza por un posicionamiento orientado a la calidad y al valor añadido. La implantación de buenas prácticas agrícolas y sistemas de producción integrada está ampliamente extendida, al tiempo que se han intensificado las inversiones en infraestructuras de confesión, frío y comercialización.

Empresas exportadoras y centros de manipulación están reforzando su presencia en mercados internacionales, estableciendo relaciones directas con cadenas de distribución europeas.

No obstante, el sector se enfrenta a importantes desafíos estructurales. La creciente incidencia de fenómenos climáticos extremos —heladas tardías, sequías o episodios de granizo— está incrementando la volatilidad productiva y afectando tanto al volumen como a la calidad comercial del fruto. En particular, el aumento de fruta con defectos estéticos, aunque apta para el consumo, reduce su valor en los mercados más exigentes.

A ello se suma el incremento de los costes de producción lo que está reduciendo los márgenes de



Grecia y Turquía están configurando un nuevo escenario competitivo en Europa. / VF

los productores. Este contexto, unido a la incertidumbre en torno a las ayudas públicas, está generando una creciente fragilidad en la base productiva del sector.

Pese a estas dificultades, Grecia continúa apostando por el crecimiento a medio plazo mediante la modernización del

cultivo, la introducción de nuevas variedades y la mejora de la eficiencia productiva. El objetivo es reforzar su posicionamiento en los mercados internacionales, aprovechando su ventaja en precocidad y su capacidad de ofrecer producto de calidad en los primeros momentos de la campaña.

En paralelo, el cultivo de la cereza ha adquirido una dimensión adicional como elemento de dinamización territorial. La floración de los cerezos, especialmente en regiones como Pella o Edessa, se ha convertido en un atractivo turístico que va en aumento, generando actividad económica complementaria a la propia producción agrícola.

En definitiva, Grecia combina un modelo exportador competitivo, basado en la precocidad y la calidad, con una creciente vulnerabilidad derivada de factores climáticos, económicos y estructurales. La campaña 2026 pone de manifiesto esta dualidad: un sector con fuerte presencia en el mercado europeo, pero sometido a tensiones que condicionan su estabilidad y su evolución futura.

La única fruta que crece en España en superficie, producción y consumo

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La cereza se ha convertido en uno de los cultivos de mayor valor añadido dentro del panorama frutícola internacional, y la evolución de los últimos años así lo demuestra. Entre 2021 y 2024, los principales países productores han mantenido una tendencia ascendente o, al menos, estable. Turquía, Chile y Estados Unidos están a la cabeza, aunque con matices que muestran cómo cada país ha ido ajustando su capacidad productiva en función del clima y de la demanda.

Turquía ha mantenido su posición dominante con cifras que han oscilado entre las 656.000 y las 736.000 t, consolidándose como el primer productor mundial en un escenario de normalidad climática. Chile, por su parte, ha protagonizado uno de los crecimientos más destacados del sector: de 392.000 t en 2021 ha pasado a casi 600.000 en 2024. Estados Unidos también ha mostrado una recuperación notable tras un 2022 especialmente complicado, mientras que Uzbekistán e Irán han mantenido volúmenes relativamente estables.

En Europa, Grecia es el país cuyo crecimiento es el más destacado, situándose por encima de las 120.000 t en 2024, mientras que España ha mostrado una evolución más irregular —condicionada por el clima—, aunque con una tendencia positiva. Italia, en cambio, ha sufrido una caída pro-

gresiva desde 2022, reflejo de las dificultades que atraviesa parte del sector frutícola italiano.

UN ATÍPICO 2025

Si bien el periodo 21/24 muestra un escenario de estabilidad, esta fotografía se rompe por completo en 2025. La campaña de ese año fue, según coinciden diversas fuentes internacionales, tan atípica que no puede —ni debe— interpretarse como una tendencia. Las heladas y los eventos climáticos extremos registrados en primavera provocaron una caída de la producción de algunos de los principales países productores. De hecho, según publicó el USDA, las previsiones apuntaban a que producción mundial de cerezas frescas podría caer más de un 10% respecto a 2024.

El caso más extremo fue el de Turquía, cuyo desplome productivo alteró por completo el ranking mundial. Según fuentes del sector, la producción cayó hasta un 50% en 2025, una reducción sin precedentes que dejó al país muy lejos de su volumen habitual.

ESPAÑA

Más allá del contexto internacional, el sector español continúa mostrando una evolución positiva. La superficie sigue creciendo de forma sostenida, impulsada por zonas como Extremadura, Aragón y Cataluña, y la producción también sigue una senda ascendente, según datos del MAPA.

El consumo también avanza, convirtiendo a la cereza en la única fruta que crece simultáneamente en superficie, producción y consumo en España. Este comportamiento refuerza su papel estratégico dentro del sector frutícola y evidencia un mercado dinámico, con margen para seguir mejorando en eficiencia, calidad y posicionamiento internacional.

PREVISIONES PARA 2026

El sector español encara la campaña con buen ánimo. Las primeras estimaciones apuntan a que el hemisferio norte —incluyendo España y otros competidores como Grecia o Turquía— podría registrar volúmenes altos de producción, algo que siempre es una buena noticia, aunque también implica que el mercado europeo podría verse más tensionado.

Aun así, la cereza sigue viviendo un momento dulce. Tras campañas con cifras récord, no se descarta que este año se pueda ir incluso más allá. Si el tiempo acompaña y no hay sobresaltos, el sector calcula que España podría acercarse a los 150 millones de kilos, cifra que consolidaría la tendencia al alza del cultivo. Todo dependerá de que la climatología respete las fases clave del desarrollo, especialmente en las semanas anteriores a la recolección, ese punto de la campaña en el que cualquier cambio brusco puede alterar las previsiones.

Producción mundial de cereza por países (t)

País	2021	2022	2023	2024
Turquía	689.834	656.041	736.791	726.500
Chile	392.000	467.000	520.000	596.967
EE.UU	333.210	202.570	321.420	333.120
Uzbekistán	213.600	216.866	218.866	209.025
Irán	119.779	105.389	135.660	136.921
España	125.810	116.070	104.470	121.060
Grecia	80.970	85.070	113.580	124.010
Italia	93.030	107.910	87.710	80.670

Tabla 1. / FUENTE. FAOSTAT

Evolución de la superficie cultivada en España (ha)

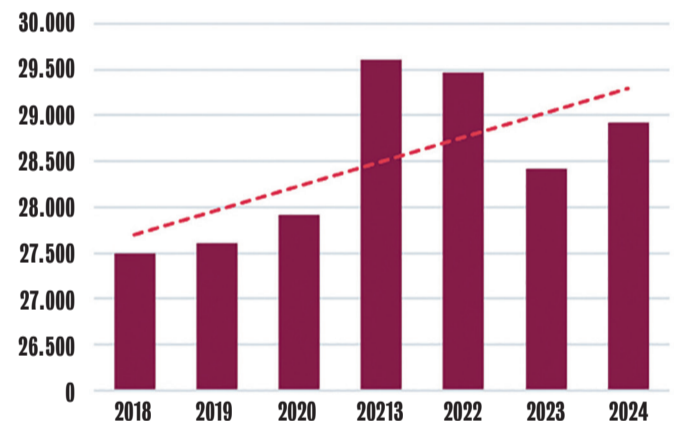


Gráfico 1. / FUENTE. MAPA

Consumo en España (kg/personas-año)

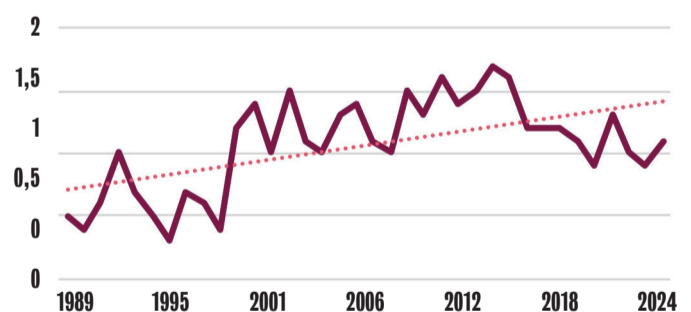


Gráfico 2. / FUENTE. MAPA



Los nuevos portainjertos de la serie Corette®

Alcanza el máximo potencial en tu plantación de cerezos

Sobreoferta y caída de precios para la cereza chilena

La producción de cereza ha crecido más rápido que la demanda internacional, generando un desequilibrio estructural y una saturación de los mercados

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El sector de la cereza de Chile atraviesa una temporada compleja marcada por la sobreoferta y la caída de precios, en un contexto que también impacta indirectamente en mercados europeos como España, donde esta fruta se produce en meses opuestos gracias a la contraestación.

Durante el inicio de 2026, Chile consolidó su posición como segundo productor y principal exportador mundial de cerezas, con envíos que alcanzaron los 1.227 millones de dólares sólo en enero. Sin embargo, este volumen récord ha generado tensiones en el mercado internacional debido a un exceso de oferta que no ha sido absorbido por la demanda global, explican desde Portal Frutícola.

CRISIS POR SOBREPDUCCIÓN

El crecimiento acelerado de la superficie plantada, que ya supera las 60.000 hectáreas, ha llevado a una saturación del mercado, especialmente en China, destino de más del 90% de las exportaciones chilenas, señalan desde Infobae. Esta dependencia ha amplificado



El volumen récord de exportación de cereza chilena ha generado tensiones en el mercado por el exceso de oferta. / FREEPIK

el impacto de la caída de precios y de los cambios en el consumo asiático. Según expertos del sector, el problema radica en que la producción creció más rápido que la demanda internacional, generando un desequilibrio estructural.

Como consecuencia, el sector debate medidas drásticas como la

erradicación de hasta 30.000 hectáreas de cultivos para reducir la oferta y estabilizar el mercado, explican desde Infobae. Además, factores como adelantos de cosecha, problemas logísticos y una calidad irregular han agravado la situación, provocando caídas de precios en torno al 7% durante la última campaña.

LA CONTRAESTACIÓN

En este escenario, la contraestación entre Chile y España cobra especial relevancia. Mientras la cereza chilena abastece los mercados entre noviembre y febrero, la producción española se concentra entre mayo y julio, lo que permite evitar una competencia directa en los calendarios.

No obstante, la presión global de precios sí puede trasladarse indirectamente. La abundancia de fruta chilena y la necesidad de diversificar mercados están empujando a los exportadores a buscar nuevos destinos, incluyendo Europa, lo que podría influir en las condiciones comerciales futuras.

Al mismo tiempo, esta situación abre oportunidades para los productores españoles, que pueden posicionarse como alternativa de proximidad en temporada, destacando frescura, calidad y menor huella logística frente a la fruta importada.

UN SECTOR EN TRANSICIÓN

Pese a las dificultades, la cereza continúa siendo uno de los principales productos agroexportadores de Chile, representando una parte significativa del valor del sector frutícola. Entre septiembre 2025 y enero 2026 Chile exportó 541 mil toneladas de cereza (2.465 millones de dólares), según datos de Smart Cherry.

Sin embargo, el modelo basado en altos volúmenes y fuerte dependencia de un sólo mercado parece haber alcanzado un punto de inflexión. La diversificación de destinos, la mejora en la calidad y una planificación más equilibrada de la producción aparecen como claves para el futuro del sector.

Para España y otros países productores del hemisferio norte, la evolución de la cereza chilena será determinante, no sólo como competidor indirecto, sino también como indicador de las dinámicas globales de un mercado cada vez más interconectado.

ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

La exportación de cerezas chilenas a China continúa siendo el eje central de la fruticultura del país latinoamericano, concentrando entre el 90% y el 91% de sus envíos totales. Sin embargo, la campaña 2025-2026 está marcada por dos grandes cambios: la presión a la baja de los precios y la irrupción de España como nuevo competidor tras la apertura del mercado chino.

La temporada comenzó con fuerza gracias al uso intensivo del sistema logístico "Cherry Express", un servicio marítimo especializado que permite transportar cerezas frescas desde los puertos de Valparaíso y San Antonio hasta China en apenas 22 o 23 días. Los primeros envíos de la campaña partieron a mediados del mes de noviembre de 2025, adelantándose incluso a los calendarios habituales.

Este modelo logístico, basado en buques refrigerados, ha sido clave para garantizar la frescura del producto durante el periodo de mayor demanda, especialmente en torno al Año Nuevo Chino. Además, el transporte marítimo resulta un 60% más barato que el aéreo, lo que ha contribuido a mejorar la competitividad del producto chileno.

Las previsiones apuntan a una producción récord de 655.000 toneladas durante la campaña 2025-2026, de las cuales más del 90% tendrá como destino el mercado chino, consolidando aún más la dependencia de este país asiático.

PRECIOS A LA BAJA

Pese al dinamismo en los envíos, el mercado chino está experimentando una caída significativa de los precios, según apuntan en

Pulso por la cereza en China

Chile mantiene su hegemonía en exportación mientras España irrumpe tras la apertura al mercado asiático



Más del 90% de la producción de cereza chilena tiene como destino el mercado asiático de China. / FREEPIK

la ECNS.cn (Servicio de Noticias de China). A comienzos de 2026, el valor de las cerezas chilenas en China ha descendido más de un 30% interanual, impulsado por el aumento de la oferta y la mejora de la eficiencia logística.

En mercados mayoristas como el de Baida Zhougudui, en la provincia de Anhui, las cerezas de calibre JJ se comercializan entre 100 y 130 yuanes por caja de 2,5 kilos, muy por debajo de los 160 a 180 yuanes registrados el año anterior. El adelanto de las llegadas, que comenzaron

a finales del mes de noviembre, casi un mes antes de lo habitual, también ha contribuido a esta presión bajista. Aun así, la demanda continúa siendo sólida. En ciudades como Hefei, algunos supermercados venden más de 100 cajas diarias, con episodios puntuales de escasez durante periodos festivos.

Este nuevo escenario está transformando el posicionamiento del producto, que pasa de ser un artículo de lujo a una fruta más accesible. En paralelo, los consumidores comienzan

a priorizar la calidad frente a la exclusividad, obligando a los exportadores a adaptar calibres, formatos y estándares.

ESPAÑA EN CHINA

En este contexto, España ha logrado un avance estratégico clave, la apertura del mercado chino a sus cerezas, formalizada en diciembre de 2024 tras años de negociaciones fitosanitarias. Esta autorización permite especialmente a regiones productoras como Aragón acceder a un destino de alto valor. Aunque

el volumen español (en torno a 40.000 toneladas exportadas) está todavía lejos del chileno, su entrada introduce una nueva competencia, centrada principalmente en el segmento de alta calidad.

Chile mantiene ventajas claras en volumen, logística y reconocimiento de marca en China, especialmente durante el Año Nuevo Chino. Sin embargo, la presencia española contribuye a diversificar la oferta y a elevar los estándares del mercado.

CONSUMO

Mientras tanto, el mercado europeo sigue mostrando una evolución positiva. En 2024, el consumo de cerezas en la Unión Europea alcanzó las 629.000 toneladas, un 4,5% más que el año anterior, con un valor de mercado de 2.500 millones de dólares.

Italia, Polonia y España lideran el consumo, concentrando el 43% del total, mientras que países como Grecia, Alemania y Francia también desempeñan un papel relevante. En términos per cápita, destacan Bulgaria y Grecia como los mayores consumidores.

El sector global de la cereza se encuentra en plena transformación. Chile continúa dominando el mercado chino, pero enfrenta el reto de la sobreoferta y la caída de precios. Al mismo tiempo, nuevos actores como España comienzan a posicionarse en segmentos de mayor valor.

La combinación de avances logísticos, cambios en el consumo y creciente competencia dibuja un escenario más complejo, en el que la calidad, la diversificación y la eficiencia serán claves para mantener la competitividad en los próximos años.