



Foto: Irvin Rodríguez

# GUAYABO DEL PAÍS: conocerlo es quererlo

## Resultados de una encuesta realizada en la Rural de Melilla 2025

Ing. Agr. Laura López  
 Téc. Agr. Pablo Montaldo  
 Téc. Agr. Pablo Rodríguez  
 Ing. Agr. PhD. Maximiliano Dini

Sistema Vegetal Intensivo, Fruticultura - INIA Las Brujas

Nativo, nutritivo y delicioso: ¿qué falta para que el guayabo del país ocupe un lugar en la mesa de los consumidores uruguayos?

### INTRODUCCIÓN

Las condiciones históricas, geográficas, climáticas y económicas de cada país influyen en las costumbres, en la formación de la cultura y en los hábitos alimentarios de su población. En América Latina, la alimentación ha sido fuertemente moldeada por la influencia de colonizadores e inmigrantes, aspecto fundamental para la identidad y la productividad de

cada región. No obstante, la incorporación de productos autóctonos puede enriquecer la diversidad y fortalecer la gastronomía local (Nunes dos Santos, 2007). En Uruguay, la historia marcada por la inmigración europea y las condiciones productivas del país han favorecido el desarrollo y conocimiento popular de especies frutales provenientes de otros continentes, como los frutales de hoja caduca y los cítricos (Ayestarán, 2025). Sin embargo, también existen especies frutales

nativas presentes en nuestro territorio desde antes de la colonización que aún son poco conocidas por la población a pesar de tener destacadas cualidades organolépticas y nutricionales (Vignale *et al.*, 2016; Ibañez y Ferrari, 2020).

Desde hace más de dos décadas se viene trabajando en el mejoramiento genético y el manejo productivo de estas especies nativas. Una de las más prometedoras por su potencial para el consumo en fresco (tamaño de los frutos y mejor conservación poscosecha) es el guayabo del país (Vignale *et al.*, 2016; Cabrera *et al.*, 2018; 2023). Aunque su producción y oferta en el mercado nacional han aumentado en los últimos años, su presencia comercial sigue siendo incipiente y no llega a la mayoría de los consumidores uruguayos (UAM, 2024).

El guayabo del país (*Feijoa sellowiana*), también conocido en diferentes partes del mundo como feijoa, es una especie de la familia Myrtaceae, parte de la flora nativa del Uruguay. Produce frutos carnosos comestibles que pueden ser consumidos frescos o industrializados, y cuenta con reconocidas propiedades nutricionales y medicinales (Karami, 2013, 2014; García-Rivera *et al.*, 2016). Entonces, ¿por qué no es una fruta más conocida y consumida por los uruguayos? ¿Son aceptadas por los consumidores sus características como el sabor, el tamaño, el color, la textura o la forma? Para explorar estas preguntas, el 5 de abril de 2025, durante la 14ª edición de la Rural del Melilla, se realizó una encuesta entre los visitantes del stand de INIA (Figura 1). En el marco de la 3ª Exposición de frutales de hoja caduca y nativos - Zafra 2024-2025, este tipo de exposiciones o muestras de frutos tiene sus orígenes hace muchos años dentro del grupo de fructicultura de INIA Las Brujas y ya hace unos años se volvió un clásico de los sábados de la Rural de Melilla en el stand de INIA.



**Figura 1** - Encuesta realizada durante la 14ª edición de la Rural del Melilla, en el stand de INIA, en el marco de la 3ª Exposición de frutales de hoja caduca y nativos - Zafra 2024-2025.

En dichas exposiciones se preparan muestras de frutos de las selecciones y cultivares destacados de la zafra y del período correspondiente (entre la última exposición y la siguiente), resaltando las principales características de cada uno de los materiales, donde los participantes tienen la oportunidad de ver y probar los materiales expuestos. En esta edición, se incluyeron muestras de selecciones y cultivares de manzanas, peras, duraznos y ciruelas, además de incluir a los frutales nativos, entre los que se destacaron selecciones y cultivares (nacionales y neozelandeses) de guayabo del país. En esa oportunidad, se realizaron dos actividades en paralelo con el público visitante, por un lado, una cata de manzana titulada “Ayúdanos a mejorar el sabor de nuestras manzanas. Cata con consumidores” realizada en conjunto con la UTEC de Paysandú, y por el otro, una encuesta sobre guayabo del país. En este artículo se desarrollará la segunda actividad, en la que se consultó a los asistentes si conocían la fruta del guayabo del país, si la consumían habitualmente y en el caso de que no, cuáles eran los motivos por los cuales no la consumían. También se les pidió una evaluación basada en la percepción visual y, posteriormente, una calificación del sabor tras la degustación.

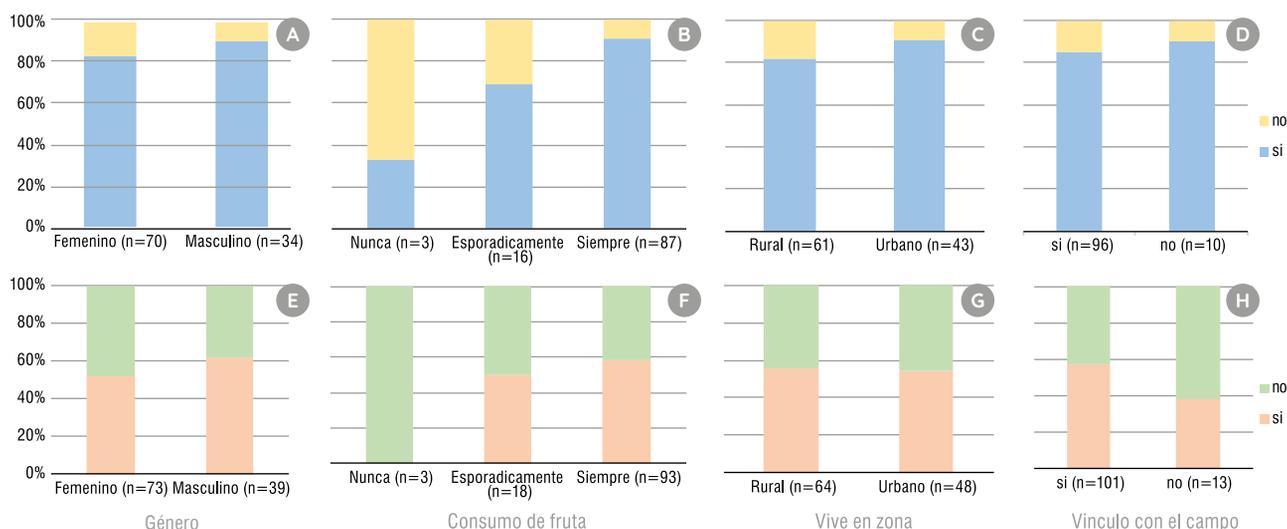
## RESULTADOS

### ¿Quiénes respondieron?

Un total de 116 personas participaron en esta encuesta. Las edades fueron muy variadas, desde niños hasta adultos mayores, con una media de 48 años.

Más de la mitad (55 %) ha vivido la mayor parte de su vida en zonas rurales, mientras que el 45 % provenía de zonas urbanas. Aun así, casi 9 de cada 10 personas (89 %) dijeron tener algún tipo de vínculo con el sector agropecuario, por lo tanto, no es una muestra representativa de la totalidad de los consumidores nacionales.





**Figura 2** - Proporción de personas que manifestaron conocer el guayabo del país según: género (A), frecuencia con la que consumen fruta (B), lugar donde viven (C) y vínculo con el campo (D) y proporción de personas que suelen consumir el guayabo del país según: género (E), frecuencia con la que consumen fruta (F), lugar donde viven (G) y vínculo con el campo (H). Encuesta realizada a visitantes del stand de INIA en la 14ª edición de la Rural de Melilla.

### ¿Conocen y consumen el guayabo del país?

El 78 % de las personas conoce esta fruta, pero solo el 54 % dice que la consume habitualmente, a pesar de que el 81 % afirma consumir frutas frescas con frecuencia. Entre quienes no consumen guayabo del país (46 %), los motivos principales fueron:

- 🔗 No la conocen (48 %)
- ✗ No saben dónde conseguirla, aunque la conocen (31 %)
- 👉 Un pequeño porcentaje dijo que no la consume porque no le gusta o le parece cara (4 %)
- 👉 El resto (17 %) mencionó otros motivos.

En este estudio no se encontraron diferencias significativas entre el consumo de guayabo del país

y factores como el género, el lugar donde vive la persona, la edad, o su relación con el campo. Sin embargo, algunos resultados sugieren tendencias que podrían confirmarse en próximas encuestas con mayor número de encuestados y más representativa a la totalidad de población (Figura 2). Sí hubo una diferencia interesante: quienes comen frutas todos los días son quienes más conocen el guayabo del país (84 %), en comparación con quienes no consumen frutas frecuentemente.

### Percepción visual de la fruta

Se mostraron cajones de frutas de guayabo del país con distintas características y se les pidió elegir su preferida (Figura 3).



**Figura 3** - Muestras de frutos de guayabo del país con diferentes características, color verde claro (1A) y verde oscuro (1B); cáscara lisa (2A) y rugosa (2B); selección avanzada LB98 (3A), cultivares INIA FAGRO Cerrillana (3B) e INIA FAGRO Isleña (3C).



Cuando se les pidió a las personas encuestadas que escribieran tres palabras para describir la fruta, las más repetidas estaban relacionadas con su buen sabor.

## CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El alcance de este estudio estuvo limitado a personas vinculadas al medio rural. No obstante, los trabajos con consumidores constituyen un aporte valioso para comprender la realidad y las preferencias en torno a esta fruta nativa. Resulta necesario continuar con investigaciones de este tipo, incorporando un mayor número de encuestados y muestras más representativas de la población general.

Este estudio evidenció que existe un grupo de personas que no conoce el guayabo del país, y un porcentaje aún mayor que, si bien lo conoce, no tiene acceso a su consumo. Esto indica que esta fruta aún no se ha consolidado como una opción popular entre los consumidores uruguayos. Esta situación no está asociada a un rechazo por su sabor o características externas, sino más bien a la falta de información, la escasa disponibilidad en los puntos de venta y su limitada presencia en el mercado. Por ello, es fundamental abordar estas limitantes para avanzar en la consolidación comercial de este producto.

El guayabo del país tiene un gran potencial, tanto para el consumidor por su valor nutricional y sabor, como para

el productor por su adaptación local, diversificación y fuente de ingresos. Además, al tratarse de una fruta nativa, su promoción representa un valor agregado que puede contribuir a la construcción de una identidad territorial, fortalecer la producción local y convertirse en un elemento distintivo en estrategias de marca país, vinculadas al turismo y la valorización de la biodiversidad.

## AGRADECIMIENTOS

A todos los visitantes del stand de INIA en la Rural de Melilla, especialmente a los que dedicaron tiempo para realizar la encuesta. Agradecer también a Mónica Trujillo e Irvin Rodríguez de la UCTT de INIA Las Brujas por la organización y soporte en todas las actividades realizadas en el stand de INIA. Por último, agradecer especialmente a Laura Do Canto Souza, estudiante de la Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), por el apoyo en la preparación y desarrollo de la actividad.

## BIBLIOGRAFÍA

Ayestarán, A. (2025). Reseña sobre la gastronomía en Uruguay desde sus inicios hasta las primeras épocas. Ministerio de Educación y Cultura. Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/comunicacion/noticias/resena-sobre-gastronomia-uruguay-desde-sus-inicios-hasta-primeras-epocas>

Cabrera, D., Vignale, B., Machado, G., Rodríguez, P., Zoppolo, R., Nebel, J. P. (2018). Primeras selecciones registradas de guayabo del país en Uruguay. *Revista INIA*, (52), 29–32.

Cabrera, D., Vignale, B., Rodríguez, P., Luizzi, D., Dini, M. (2023). INIA FAGRO ARMONÍA: nuevo cultivar de guayabo del país para Uruguay. *Revista INIA*, (75), 71–76.

García-Rivera, L. M., Váquiro-Herrera, H. A., Solanilla-Duque, J. F. (2016). Physicochemical characterization and nutritional composition analysis of pineapple guava at three different ripening stages. *Agronomía Colombiana*, 34(2), 217–227.

Ibáñez, F., Ferrari, V. (2020). Las “superfrutas” nativas del Uruguay y por qué tenemos que avanzar en el desarrollo de su cadena de producción-comercialización. *Revista INIA*, (61).

Karami, M., Nokabadi, F. K., Ebrahimzadeh, M. A., Naghshvar, F. (2014). Nephroprotective effects of Feijoa sellowiana leaves extract on renal injury induced by acute dose of ecstasy (MDMA) in mice. *Iranian Journal of Basic Medical Sciences*, 17(1), 69–73.

Karami, M., Saeidnia, S., Nosrati, A. (2013). Study of the hepatoprotective activity of methanolic extract of Feijoa sellowiana fruits against MDMA using the isolated rat liver perfusion system. *Iranian Journal of Pharmaceutical Research: IJPR*, 12(1), 85–91.

Nolasco-Matías, J. A., Hernández-Montes, A., Rendón-Medel, R., Cruz-Castillo, J. G. (2020). Caracterización sensorial y percepción del nuevo consumidor de feijoa (*Acca sellowiana* (Berg) Burret). *Nova Scientia*, 12(25).

Nunes dos Santos, C. (2007). Somos lo que comemos: identidad cultural y hábitos alimenticios. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(2), 234–242.

Unidad Agroalimentaria Metropolitana. (2024). Anuario estadístico UAM 2024. Observatorio Granjero. Disponible en: <https://www.uam.com.uy>

Vignale, B., Cabrera, D., Rodríguez, P., Machado, G. (2016). Selección de frutales nativos en Uruguay. *Horticultura Argentina*, 35(87), 19–29.

Zhao, Y., Febrianto, N. A., Zhu, F. (2023). Characterization of physicochemical properties, flavor volatiles and phenolic compounds of feijoa fruit varieties. *Food Chemistry*, 419, 136074.



Foto: Irvin Rodríguez

Equipo que desarrolló la encuesta.