

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagícola  
 Supl.: Revista Redagícola  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Brasil no solo "futebol e samba"**

Pág.: 66  
 Cm2: 830,5  
 VPE: \$ 1.551.463

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida



**35 historias**  
 desde Fruit Attraction São Paulo

# Brasil, no solo 'futebol e samba'

Es un mercado gigante, pero un gigante dormido: esa es la mirada compartida por los actores de la industria frutícola global, y la feria organizada por Ifema Madrid es una de las ventanas que se abren para que el país más grande de la región comience a exportar. En uno de los países más futbolizados del mundo, y justo en el día que se jugaba el clásico entre Argentina y Brasil, lo único que parecía importar era la fruticultura y las nuevas oportunidades para este negocio.

POR MIGUEL PATIÑO, DESDE SÃO PAULO



## 1. Chile, con el stand más grande de la feria

Se podía ver desde el acceso del evento, hacia el lado izquierdo, y no pasaba desapercibido para nadie. Frutas de Chile fue uno de los presentes que mejor utilizó el gran espacio que tuvo en la Fruit Attraction. Sin parar, y durante los tres días, se realizaron cientos de reuniones con potenciales clientes. El presidente de Frutas de Chile, Iván Marambio, señaló al respecto que el año pasado, en la primera versión, ya habían hecho una prospección, sólo como visita, y que lo de este año "fue un paso lógico", e incluso se tuvo que agrandar del diseño original por la cantidad de gente que se inscribió. Señaló también que el interés del gremio con Brasil también es un paso necesario, gracias a una logística que permite llegar por tierra, además de ser el que pelea el tercer lugar más importante para las exportaciones chilenas de fruta fresca. "Hay toda una sintonía con el consumidor brasileño que no tiene que ver solamente con la fruta sino también con los vinos chilenos, con el salmón, por ello es un mercado que hace toda la lógica y donde nosotros estamos poniendo muchas fichas (...), estamos bien esperanzados de que este mercado siga creciendo y que la marca Chile siga siendo considerada".

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Brasil no solo "futebol e samba"**

Pág.: 67  
 Cm2: 836,8  
 VPE: \$ 1.563.053

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Mayo 2025 | Redagráfica | Internacional | 65



## 2. Un carnaval de bienvenida

El cocktail de bienvenida de la feria se realizó en el Museu da Casa Brasileira (MCB) y contó con coctelería del premiado restaurante Casa Capim Santo, donde asistieron representantes de los tres estados brasileños patrocinantes (Bahía, Pernambuco y Maranhão), además de los organizadores y algunos representantes de países y empresas participantes.



## 4. Greenkeepers enfocado también en Brasil

Greenkeepers estuvo presente ofreciendo sus servicios y productos para poscosecha. La empresa, con fuerte presencia en Chile para la industria del kiwi y carozos, ha pasado de especializarse en materiales que absorben etileno para la fruta a una empresa de embalaje activo, para abarcar otro tipo de problemáticas que se generan en la poscosecha de la fruta como para la industria alimentaria. "Por ejemplo, para el jengibre, que ha explotado en esta feria increíblemente, necesita una cantidad determinada de desecante para evitar el desarrollo fúngico, y por ello estamos desarrollando nuevos productos para apoyar la exportación y que cada vez se pueda llegar a lugar más lejanos", señala Jacobo Vidal, gerente comercial de Greenkeepers, quien agrega que ya trabajan fuerte en el país con melón, papaya, lima y chirimoya, además de su producto más fuerte a nivel mundial que es el banano.

## 5. El empuje del kiwi chileno en Brasil

"Hay buena convocatoria de las empresas de venir y ver qué es lo que se puede hacer", dijo Carlos Cruzat, presidente del Comité del Kiwi. El líder gremial aseguró que todas las principales empresas productoras y exportadoras de kiwi de Chile estuvieron presentes en la feria, donde se pudieron destacar "activaciones" que realizaron en el stand de Frutas de Chile, como entrega de regalos y degustaciones de diferentes preparaciones con kiwi. "La idea es desarrollar el Brasil que conocemos, que es un monstruo y que en la última década ha demostrado y hecho sentir su tamaño por el aumento del consumo. La cantidad de fruta que se exporta desde Chile ha crecido y se ha diversificado", señaló sobre un mercado al que cada año se envían unas 20.000 toneladas. "La importancia de Brasil es que es un mercado que dura más, que parte temprano y llega hasta noviembre, además tenemos un tiempo de tránsito corto, y cuando piden fruta, se embala y se mueve", detalló. Cruzat destacó que desde el año pasado están realizando campañas en el país del atlántico para aumentar el consumo, y para ello se están enfocando en campañas de educación sobre la fruta. "Queremos entrar como una fruta con propiedades y atributos por ejemplo para el mundo del deporte con los altos contenidos de potasio y vitamina C que tiene, como también invitar al público joven a consumirlo en otros formatos", finalizó.



## 3. Agrícola Famosa se expande

Agrícola Famosa es el principal productor de melones del mundo. La compañía produce una amplia gama de variedades de melones: amarillo, galia, cantaloupe, piel de sapo, entre otros; pero también sandías con y sin pepas, banana y mamão. Hoy poseen 8.000 ha en tres estados (Ceará, Rio Grande do Norte y Pernambuco), de los cuales 3.000 ha están dedicados exclusivamente al melón. Lilian Almeida, encargada comercial para Argentina, Uruguay y Chile dijo a Redagráfica que Europa se lleva el 70% de los productos de Famosa, Brasil un 20% (São Paulo es el mayor comprador, con un 40% de lo que queda en Brasil) y el resto de Sudamérica se queda con un 10%, donde cerca de un 70% va a Argentina y un 30% a Chile, donde trabajan exclusivamente con Bagno. Almeida adelantó que están trabajando para llegar a las 10.000 ha cultivadas, que incluirán también otras especies, aunque prefirió no revelar porque aún están en etapas de 'test blocks'.



www.redagricola.com

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Brasil no solo "futebol e samba"

Pág.: 68  
 Cm2: 766,5  
 VPE: \$ 1.431.734

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

66 | Internacional | Redagráfica | Mayo 2025

## 6. El producto biológico en base a plantas enfocado en extender la poscosecha de frutas



Fresh Formulaics es una solución de poscosecha en base a plantas, enfocado en empresas empacadoras y diseñado para reducir pérdidas, extender la vida de anaquel, mejorar la apariencia de la fruta e inhibir el crecimiento de hongos. La empresa ya está vendiendo sus productos en México, Chile, Perú, Brasil y próximamente Colombia. Luiz Dias, jefe comercial de Fresh Formulaics, dijo que sus productos han estado enfocados en cítricos, paltas, mangos, pero que buscan diferenciarse de la competencia, que cuenta con "soluciones sintéticas para los problemas, mientras nosotros estamos en el camino de ofrecer soluciones libres de químicos, que creemos rinden mejor que la competencia, y de hecho creemos que estamos muy adelante de la competencia en este momento".



## 7. Perú Foods busca abrirse camino en Brasil

La única agrícola y exportadora de Perú que estuvo presente en el evento fue Perú Foods, empresa productora de espárgagos tiene sede en Paján, en La Libertad. Fue reconocida por el ministerio de Agricultura de Perú por ser una empresa que ha diversificado los mercados y ha abierto puertas en ocho nuevos destinos, entre ellos Brasil, Colombia, Panamá, Costa Rica y países de Asia. Henry Caballero, gerente de la compañía, detalló a Redagráfica que están diversificando su oferta, ya que además de espárgagos, en 2025 contarán con uva de mesa (Red Globe y Superior), con 27 ha que entrarán en producción y 25 ha más que esperan tener el próximo año, para sumar a sus 220 ha de espárgagos.

## 8. El país ausente: Perú

Para muchos fue una extrañeza que Perú no tuviera un stand en una feria que es referente mundial en fruticultura, sobre todo luego de que Chile y Argentina contaran con espacios grandes, con mesas y espacios para sus productores y gremios. Incluso Uruguay, a través de una empresa de cítricos como Frutura (que compartió stand con San Clemente, también chilena), contó con representantes en la feria.



## 9. La fruta ausente de la feria: Jabuticaba

Conocida popularmente como el "berry" de Brasil, la jabuticaba tiene una forma muy similar al arándano, pero se diferencia por crecer directamente desde el tronco de su árbol, no desde las ramas. El fruto, que ha sido promovido por el presidente Lula y que se consume principalmente fresco, pero también se utiliza en salsas, mermeladas o en helados como en el premiado restorán paulista Maní Manioca, no estuvo presente en ningún stand, y sólo tuvo una aparición como mermelada en el cooking show de la feria.

## 10. La alegría de la feria: Maranhão

Uno de los stands con más movimiento de la feria fue el del estado de Maranhão. No estaban ahí para hacer grandes negocios, sino más bien para promover la región en la feria, y lo hicieron notar. La exposición de frutas tropicales exclusivas de su región como el capuaçu; la alegría de todos quienes trabajaban en el lugar y el constante regalo de preparaciones típicas de la región atraían como abejas a la miel a la gente a su espacio. La clave: piña de todas las formas posibles; con queso, con canela, con jengibre, con yogur y farofa (harina) de Doritos, así como también otros productos que entregaban como si no hubiera mañana, principalmente açaí.

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Brasil no solo "futebol e samba"**

Pág.: 69  
 Cm2: 792,8  
 VPE: \$ 1.480.886

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Mayo 2025 | Redagráfica | Internacional | 67

## 11. Potencia frutícola silenciosa

"São Paulo es un gran productor de fruticultura aunque no parezca", señaló a Redagráfica Rodrigo Baccan, de la Secretaría de Agricultura del Estado de São Paulo. Vamos viendo: São Paulo es el principal productor de palta del país, con 40% del total, de acuerdo a cifras estatales. También lidera la producción nacional de banano, con el 26%, y destaca entre los principales del país en la producción de caqui, mango, papaya, guayaba, pitahaya e higo. "La presencia en la feria también es para eso, mucha gente no conoce esta realidad", comenta, añadiendo que, si bien São Paulo está muy detrás de estados como Pernambuco a la hora de exportar su producción, sus productores están trabajando en calidad para exportar sus productos. Actualmente, el Estado de São Paulo es el principal productor brasileño de frutas, aunque no es el principal exportador de frutas del país, ya que exporta solo US\$250 millones al año. "La apertura del mercado chino para la uva de mesa es una oportunidad para los productores de la zona de Campinas, que es fuerte en uva, pero también zonas más hacia al interior que tienen un gran potencial en cooperativas, sobre todo en variedades de uva premium", explicó Baccan, quien señaló también una de las principales fortalezas del estado: el aeropuerto de Guarulhos, uno de los más transitados del mundo y puerta para casi todo el planeta.



## 13. A la sombra de Pernambuco

"Bahia es un exponente y una vitrina de producción de frutas de Brasil. Cuando la gente piensa en mangos y uvas, junto con Pernambuco somos los mayores exportadores del país", afirmó Voldi Alves, asesor de la Secretaría de Agricultura del estado de Bahia, detallando que en los últimos 20 años, el 99% de toda la uva y mango que se ha exportado, ha salido de estos dos estados vecinos, algo que se ha construido gracias al polo productivo alrededor del río San Francisco. Alves subrayó que el estado también es muy fuerte en la producción de melón, chirimoya, banana y acerola. De hecho, la empresa Rei es uno de los principales competidores de Agrícola Famosa en producción de melones y sandías, y su producción se encuentra principalmente en Bahia.



## 12. Ser primeros les tomó 30 años

Planificación y políticas públicas: esa fue la receta para transformar a Pernambuco en el principal estado exportador de fruta de Brasil, de acuerdo a Mauricio Laranjeira, secretario ejecutivo del estado de Pernambuco. Aunque no fue un trabajo simple, ya que tomó cerca de 30 años -alcanzaron este estatus en 2020-, y comenzó con el revestimiento para irrigación del río San Francisco, que permitió la agricultura en zonas que antes estaban secas y la llegada de grandes inversiones. Desde ahí comenzó la producción de uva de mesa, mango y melón para consumo interno. Hoy Pernambuco exporta unos US\$1.200 millones al año con envíos a Europa, la costa este de EE UU y Sudamérica, y esperan seguir creciendo con fuerza en Asia, gracias al puerto de Suape con el que pueden exportar directamente desde la región. "El estado también está buscando la forma de darle valor agregado a sus productos, por ejemplo, a través de vinos y juegos", comentó Laranjeira a Redagráfica. ¿Los desafíos? La logística, señala el representante estatal, algo que ya están en obras con carreteras y calles para mejorar el transporte de los productos que serán exportados, aprovechando los recursos que deja la agricultura en el estado.

## 14. Expertos en poscosecha de Chile, presentes en Brasil

Otro de los chilenos que dijo presente en la feria es un referente mundial en el mercado de generadores de anhídrido sulfuroso, la empresa chilena Infruta, cuyo principal producto es la tecnología de Proteku Grape Guard, que controla hongos en uva de mesa y otras especies, particularmente para *Botrytis cinerea*, que ha vendido más de 150 millones de generadores de SO<sub>2</sub>. Katerina Maldonado, gerente de marketing de la compañía, señaló a Redagráfica que "hemos encontrado clientes de todas partes del mundo aquí en la feria, en tiempos en que también estamos ampliando nuestro portafolio de productos". La compañía cuenta con una importante presencia en estados que producen uva de mesa en Brasil, principalmente en la región de Petrolina.



Como desafío, Alves señala que para que la región siga creciendo en producción y exportación, la clave está en el manejo de la escasez de agua, aunque "ya no es sólo un problema de Bahia sino un problema de Brasil", advirtió.

## 15. Grecia, filosofía kiwera

Con 10 empresas dedicadas al kiwi, todas productoras o exportadoras, Grecia contó con un stand dedicado en su totalidad a la superfruta. Ubicado junto al espacio de Frutas de Chile, encontró un ferviente apoyo en Carlos Cruzat, del comité del Kiwi de Chile. "Mientras más kiwis lleguen desde Italia o Grecia, mejor para nosotros, porque se construye el consumo, se genera espacio en las góndolas, y se crea la necesidad de rellenar ese espacio permanentemente".

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Brasil no solo "futebol e samba"

Pág.: 70  
 Cm2: 764,5  
 VPE: \$ 1.428.150

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

68 | Internacional | Redagráfica | Mayo 2025



## 16. Pomáceas y kiwi con acento francés

Al más puro estilo de un café parisino, Francia presentó un acogedor stand para que los visitantes pudieran sostener reuniones, pero también para promocionar parte de su oferta en peras y manzanas, principalmente, como la variedad Lollipop o variedades de la compañía Blue Whale, o también el kiwi Oscar, de genética francesa.



## 17. Creciente interés de empresas chilenas por Brasil

De acuerdo a los registros de Frutas de Chile, 30 empresas se inscribieron para participar en el stand y realizar negocios en las cerca de 20 mesas que estaban disponibles en el pabellón. Representantes de los principales productores y exportadores de Kiwi, como Garcés Fruit, así como exportadores de uva de mesa y manzanas estuvieron también presentes en el evento.

## 18. Pilarmoscato®, la uva premium 'made in' Brasil

Una de las estrellas del stand de São Paulo fue la uva de mesa Pilarmoscato®. Considerada la primera uva 'gourmet' de Brasil, es producida exclusivamente por productores asociados a la Cooperativa Agroindustrial APPC. Se encuentra en algunos supermercados de segmentos altos de Brasil, y suele encontrarse en clamshells de 500g por valores que superan los 60 reales (unos 10.000 pesos).




## 19. Cítricos egipcios a la conquista de Brasil

Con cerca de 10 stands individuales repartidos a lo largo y ancho de la feria, las empresas egipcias productoras y exportadoras de naranjas aprovecharon la apertura del mercado brasileño en 2020 para entrar con fuerza con sus naranjas Navel y otros cítricos. Si bien Brasil es el principal productor de naranjas del mundo, con más de 12 millones de toneladas anuales, la demanda interna se hace corta a medida que también han comenzado a exportar su producción. Por ello, los egipcios, han apostado fuerte por Brasil como un mercado para crecer. Hoy, 30.000 toneladas de cítricos egipcios tienen destino a Brasil.

## 20. La palta tropical, dulce costumbre

Mientras el consumo de Hass aún es incipiente en Brasil, la palta tropical sigue siendo la favorita de los consumidores brasileños, asociada fundamentalmente a preparaciones dulces. Una de las empresas productoras de palta presentes, Bonella, estuvo constantemente ofreciendo preparaciones novedosas con sus patas a los asistentes, siendo el más popular la palta con leche en polvo y azúcar, considerada como smoothie rápido en el país, pero que no deja de ser una opción exótica para quienes relacionan la palta a preparaciones saladas. El mismo grupo Bonella también intentó dar vuelta la tuerca con preparaciones diferentes, como una palta salteada acompañada por chifles, promocionada en la feria por la atleta brasileña e influencer Beatriz Kamilie.



Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Brasil no solo "futebol e samba"**

Pág.: 71  
 Cm2: 771,0  
 VPE: \$ 1.440.316

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Mayo 2025 | Redagráfica Internacional | 69



## 21. Helado de kiwi y "kiwirinha", atracciones de Chile

Dentro de las activations y actividades que realizaron los kiweros en el stand de Frutas de Chile, destacó la entrega de bolsos térmicos para conservar alimentos, con la inscripción "Kiwi de Chile, el sabor de la salud". Junto con ello, durante los 3 días se repartieron entre los asistentes y a quienes se acercaban al pabellón, vasitos con yogurt y kiwi o brochetas de kiwi y queso. Pero lo que más destacó fueron los helados de agua de kiwi, que se entregaron en un carrito playero, y que llamaron la atención de los asistentes. Al finalizar la primera jornada, el stand de Frutas de Chile organizó además una reunión con sus inscritos e invitados donde repartieron "kiwirinhas", una vuelta de tuerca a la tradicional caipirinha de Brasil.



### La receta:

- 2 onzas (60 ml) de cachaça
- 1/2 kiwi picado en cubitos
- 1 limón de Pica cortado en 4 partes
- 1 cucharadita de azúcar
- Hielo picado
- Machacar y servir.

## 22. Pernambuco pidió su propia Fruit Attraction

En una salida de libreto -que quizás no fue tan espontánea-, la vicegobernadora del estado de Pernambuco, Priscila Krause, invitada a la ceremonia de apertura de la feria, señaló ante los presentes que el estado que representa, actualmente el principal exportador de fruta de Brasil también merece tener su propia Fruit Attraction en la región, respaldada por la fortaleza de la agricultura en la zona con ciudades como Petrolina.



Al centro, **Priscila Krause**, vicegobernadora de Pernambuco.

## 23. Brasil, potencia frutícola

### con mirada agroambiental

En la apertura de la feria, el presidente de Abrafrutas, Guilherme Coelho, agradeció la apuesta por traer una feria reconocida internacionalmente a la región, y aprovechó de entregar una actualización de la relevancia del país a nivel frutícola: Brasil cuenta actualmente de 2,5 millones de hectáreas dedicadas a la fruticultura, y emplea a 5 millones de personas a lo largo y ancho del país, siendo el principal empleador del país dentro del sector agrícola. Pero el foco al que aspiran es transformarse en una potencia agroambiental, con foco en la preservación, que impulse la exportación de sus productos "cuidando el medioambiente, respetando el uso racional del agua y atendiendo la sigla ASG, con lo ambiental, lo social y la gobernanza", recalcó Coelho en su discurso.



## 24. Crecimiento exponencial de la feria

"La feria ha sido un 'sucesso', como se dice aquí", dijo a Redagráfica Jaime Martín, director de expansión internacional de Ifema Madrid, organizador de Fruit Attraction, sobre el éxito de la segunda versión de la feria, que contó con 400 empresas representadas en dos galpones, el doble de lo conseguido en su primera versión en 2024. Martín destacó el apoyo sectorial e institucional que ha recibido la feria, que contó con el empuje de Abrafrutas, gremio brasileño de fruticultura, así como la participación de 9 estados participantes y 7 participaciones agrupadas con estados y gremios que apuestan por un proyecto (como en el caso de Frutas de Chile). "El comprador internacional tiene mucho interés en el mercado brasileño entre otras cosas por su potencial, al ser un país enorme, súper productor al ser el tercero en el mundo pero que no exporta su producto y que tiene enormes posibilidades. Es un mercado que está por abrirse", destacó el representante de Ifema sobre la apuesta por la feria.



www.redagricola.com

Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Brasil no solo "futebol e samba"

Pág.: 72  
 Cm2: 710,6  
 VPE: \$ 1.327.391

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

70 | Internacional | Redagráfica | Mayo 2025

## 25. Fresas blancas, un nicho para explotar en Brasil y Chile

A partir de este 2025, las góndolas de los supermercados chilenos y brasileños contarán con una nueva fruta premium: una frutilla blanca, desarrollo genético de la Universidad de Florida y representada por EmcoCal, con su nueva variedad llamada Florida Pearl®. De acuerdo a Josefina Justiniano, gerente comercial de la firma de genética, esta nueva variedad será muy exclusiva y desde fines del año pasado se entregaron las primeras plantas a algunos productores de ambos países, para producirla como una fruta de nicho, ya que destaca por su color rosado por fuera y pulpa blanca en su interior.



## 26. Cereza chilena a Vietnam, oportunidad perdida

Jaguar, importador holandés y trader que importa y exporta fruta a varios mercados del mundo, estuvo presente en la feria precisamente para ampliar sus redes. Cristóbal Valenzuela, gerente comercial para América Latina conversó con Redagráfica

sobre los alcances y oportunidades que hay en el mercado de Brasil y también de Chile. Una de las características a destacar es que gracias a la red de oficinas con las que cuentan, han podido proveer con productos de la región a mercados poco convencionales, como palta de Perú y Colombia en Grecia, Lituania, Rumania, Polonia, mientras que en cerezas, señala que han visto oportunidades en Tailandia, Vietnam, Malasia, Singapur, y también India, además de lo que ya comercializa a través de su oficina en China. "Brasil es un mercado muy importante para nosotros, de aquí importamos jengibre, melón, uva, palta, mango y lima, principalmente para Europa, pero también la temporada pasada enviamos uvas a Estados Unidos. Por otro lado, nuestra oficina en Egipto está aprovechando la apertura del mercado brasileño para enviar cítricos a Brasil, y luego esperamos también llegar con cítricos egipcios a Argentina y Uruguay", señaló. Sobre las cerezas

chilenas y la crisis provocada por la sobreoferta en China -entre otras razones-, Valenzuela señala que han tenido pedidos desde sus clientes en Vietnam, Taiwán, Malasia y otros países; pero "lamentablemente el ánimo de muchos exportadores chilenos no está en diversificar si no se iguala el precio con China. Hoy, hablando con exportadores, muchos esperan que la próxima temporada sea mejor en China, pero si ves que el volumen chileno seguirá aumentando y que la economía de China tampoco anda bien, no se ve que el escenario vaya a mejorar. Las exportadoras con que trabajamos el año pasado no quisieron diversificar, incluso luego de que nosotros ofreciéramos, por ejemplo, comparativa de precios Vietnam/China, pero todos lo miraban con reticencia y como un mercado pequeño, cuando en verdad es un país con más de 100 millones de habitantes que paga muy bien la fruta de calidad, pero aun así no quisieron", añadiendo que incluso después del Año Nuevo Chino, Vietnam tuvo mejores precios si se llegaba con la fruta adecuada, entendiendo que es un viaje de 30 días en barco y considerando que Vietnam también celebra su año nuevo en una fecha similar a China.

## 27. Frutas Coquimbo espera contar con stand en 2026

La región de Coquimbo, que destaca por su producción de uva de mesa, cítricos y otros productos frutícolas, evaluará la posibilidad de contar con un stand para Fruit Attraction 2026. Así lo confirmó Víctor Muñoz, gerente del programa estratégico regional de fruticultura sustentable de la región nortina. "Uno de los ejes estratégicos es buscar opciones de mercado, y dentro de ello se ha visto a América Latina como una buena alternativa, interesante, que tal vez no va a ser el mercado prioritario, pero si puede ser una buena alternativa para parte de la producción", comentó Muñoz a Redagráfica, que visitó la feria para reunirse como importadores y analizar el mercado. Añadió que la idea de tener un stand en la feria es para ofrecer directamente sus productos, no sólo para los principales como uva o mandarinas, sino también para palta Hass o frutos secos.



## 28. Palta Hass de Brasil apuesta fuerte por Chile

El presidente de Abacates do Brasil, Adilson Penariol, dijo que Brasil por cerca de 30 años se dedicó solamente a la producción de paltas tropicales, aprovechando un consumo interno muy fuerte. "El mercado tenía poca tecnología de producción, producía paltas con baja calidad, principalmente porque no era para el consumo de fruta fresca, sino para smoothies o preparaciones heladas, dulces", describe el líder gremial, en un país que consume preferentemente sus paltas con leche, azúcar o leche condensada. El cambio de paradigma, señala Penariol, ocurrió hace unos siete años cuando Brasil despertó y comenzaron los primeros proyectos con cultivos de palta Hass, y las fincas de palta tropical también comenzaron a profesionalizar su producción para elevar la calidad, "porque el consumidor brasileño ya no sólo quiere consumir un smoothie sino también la fruta natural o incluso guacamole", señala. Hoy existen unas 22.000 ha de paltas en el país, aunque la cifra puede ser más alta porque hay pequeños productores en todo Brasil que no forman parte de la estadística. Cuentan con capacidad para producir 320.000 toneladas al año, de las cuales 10% ya es Hass -destaca-, mientras que el resto son variedades tropicales. Penariol sostuvo, sobre la variedad Hass: "Brasil está recién aprendiendo a consumir palta". Escanea el código QR para leer la entrevista completa en nuestra web.



Fecha: 31-05-2025  
 Medio: Revista Redagráfica  
 Supl.: Revista Redagráfica  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Brasil no solo "futebol e samba"**

Pág.: 73  
 Cm2: 850,9  
 VPE: \$ 1.589.529

Tiraje: 9.000  
 Lectoría: 18.000  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Mayo 2025

Redagráfica **Internacional** | 71

## 29. Manzanas como Funko Pop

En tiendas de cómics y de juguetes, los Funko Pop se han popularizado como figuras de colección que representan una caricatura de algún personaje famoso. Con eso en mente, la agrícola RAR comercializa a través de la marca Rasip Kids cajas con manzanas variedad gala, enfocadas en el segmento de los niños para animarlos a consumir manzanas, popularizada como una de las frutas más saludables. Cada caja, además de una manzana, viene con un QR con actividades y juegos.



30

## 1.500 reuniones de negocios

De acuerdo a la organización, **Fruit Attraction São Paulo 2025 reunió a más de 170 participantes**, entre productores, cooperativas y empresas productoras de frutas con compradores brasileños e internacionales, **con 120 proveedores, 50 compradores en más de 1.500 reuniones.**



## 31. El desafío de Brasil: exportar

El académico Marcos Jank, coordinador del centro Insper Agro Global dijo en una de las presentaciones registradas en el evento que la producción brasileña de frutas puede y debe expandirse a otros mercados, pensando en Europa y buscando también oportunidades en Asia y Medio Oriente, tal como lo han hecho otras cadenas productivas agrícolas: "El sector frutícola puede aprender de otros segmentos, como granos, café, carne, algodón, entre otros", detalló, señalando que las exportaciones de frutas aún son "modestas" respecto al potencial.



## 33. Vestimentas típicas y corpóreos, infaltables

Caracterizaciones en la feria hubo bastantes, como las brasileñas vestidas de huasas de salón, con sombreros negros y blazers rojos, que hicieron de anfitrionas del pabellón de Frutas de Chile. El corpóreo de palta de Abacates de Brasil recorrió toda la Fruit Attraction sacándose fotos, mientras que una promotora con traje típico bahiano invitaba al stand estadual para ofrecer café negro -sin azúcar; considerado un crimen-. En el stand de Francia, en tanto, las boinas y pañuelo al cuello tampoco faltaron.

## 32. Apertura para frutas como umbu o durian

Brasil tiene potencial para ir más allá de las frutas tradicionales y abrir mercados para productos locales como el umbu y el durian, conocido en Brasil como jaca, de acuerdo a la asesora técnica de la Confederación Brasileña de Agricultura y Ganadería (CNA), Leticia Baronya. "Brasil cuenta con una producción diversificada, tenemos potencial para expandir el mercado de frutas que ya han ganado cuota de mercado por su calidad y sabor, como los mangos y las uvas. Pero también podemos ganar cuota de mercado con frutas típicamente brasileñas que despiertan la curiosidad de otros países, como el umbu y la jaca", detalló la experta, añadiendo que "Asia es una gran oportunidad".



## 34. Casi 10 kilómetros

El segundo día de feria fue uno de los más intensos en actividad: el periodista que escribe esta nota caminó



13.790 pasos durante el miércoles 26 de marzo, equivalentes a 9,85 kilómetros. Lástima que solo fueron 410 calorías. Nota del editor: enviaremos al periodista a otra feria para que consiga la meta de bajar más calorías.

## 35. Toma nota: 2026

**24 al 26 de marzo de 2026**, en São Paulo, será la tercera Fruit Attraction en Brasil.

[www.ifema.es](http://www.ifema.es)



[www.redagricola.com](http://www.redagricola.com)