

**“ESTUDIO DE MERCADO DE FRUTILLA NATIVA  
(*Fragaria chiloensis* (L., Duch.)) EN LA REGION METROPOLITANA”**

**CELESTE DE LOS ANGELES RUZ POZO  
INGENIERO AGRÓNOMO**

**RESUMEN**

Este estudio de mercado forma parte de un proyecto financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), el cual tiene por objetivo investigar la extensión de la época de cosecha y la presencia en el mercado nacional de la frutilla nativa chilena. El objetivo de este estudio fue analizar la disposición de restaurantes dirigidos al sector socioeconómico alto a incorporar en su carta la frutilla nativa.

El estudio implementó una encuesta a restaurantes del sector Oriente de Santiago, específicamente en las comunas de Las Condes y Providencia, entre Diciembre de 2010 y Enero de 2011. Se aplicaron 34 encuestas con una degustación previa a administradores o chefs de restaurantes, 20 en la comuna de Providencia y 14 en la comuna de Las Condes.

Los resultados demostraron que más de la mitad de los encuestados desconocía la frutilla nativa, pero una vez realizada la degustación e informados de las características organolépticas que posee, el 82% optó por utilizarla en diferentes preparaciones, principalmente en estado fresco para postres y jugos. Esto demuestra que existe interés en incluirla como producto gourmet, pero existe falta de conocimiento, por lo que es necesario implementar estrategias de marketing para hacerla conocida y llamar la atención de posibles clientes.

De los encuestados dispuestos a incluir la frutilla en la carta de postres y jugos el 61% está dispuesto a pagar un sobreprecio comparado con el precio pagado por frutilla roja. El sobreprecio que están dispuestos a pagar está en un rango entre 17% a 400%, es decir desde \$160 a los \$3.200 adicionales al precio pagado por el kilo de frutilla roja.

### **ABSTRACT.**

This market study is part of a project funded by the Foundation for Agricultural Innovation (FIA), which aims to research the extent of the harvest season and the presence in the domestic market for Chilean native strawberry. The objective of this study was to analyze the willingness to incorporate by restaurants oriented to high socioeconomic sector the native strawberry in their menu.

The study implemented a survey to restaurants of the East sector of Santiago, specifically in the counties of Las Condes and Providencia, between December 2010 and January 2011. Thirty-four surveys were applied after a testing of the product to managers of chefs of the restaurant, 20 in Providencia and 14 in Las Condes.

The results showed that more than half of respondents did not know the native strawberry, but once they tasted it and got information about the organoleptic characteristics a 82% were willing to use it in different preparations, mainly fresh in desserts and juices. This shows that there is interest in including it as a gourmet product, but there is lack of knowledge about it, which makes necessary to implement marketing strategies to make it known and attract the attention of potential customers.

From the respondents that are willing to use de native strawberry in their menu of dessert and juices, 61% are willing to pay a premium compared to price paid for the red strawberry. The range of premium goes from 17% to 400% or in other words from \$ 160 to \$3.200 additional to the price of red strawberry.