NOMBRE DEL PROYECTO:
DESARROLLO DEL POSICIONAMIENTO DE LA FRUTILLA DE LA ZONA DE SAN PEDRO

INFORME TECNICO FINAL PROYECTO

Diciembre 2008

INDICE

1. Antecedentes Generales 4

2. Resumen Ejecutivo 5

3. Objetivos 6

4. Metodología 7

4.1 Actividades de Diseño y Creación de una Nueva Imagen 7
4.2 Acciones de Vinculación con Actores Públicos - Privados 10
4.3 Actividades Vinculadas a la Promoción del Producto 10

5. Actividades Ejecutadas y Análisis de Brecha (Comparativo) 12

5.1 Actividades Programadas para el período 12
5.2 Actividades No Programadas realizadas en el proyecto 12

6. Resultados e Hitos 13

7. Productos Obtenidos 16

7.1 Instalación Avisos Publicitarios Camineros 16
7.2 Publicidad Agrofrutillas 19
7.3 Mapa de la Frutilla 21
7.4 Fiesta de la Frutilla 23
7.4.1 Organización y Actividades 23
7.4.2 Publicidad Fiesta de la Frutilla 28
Lienzos y Palomas 28
Volantes 29
Publicidad Escrita 30
Publicidad Radial 31

7.5 Actividades en Puntos de Venta 32
7.5.1 Desarrollo de Productos 32
Cajas y Envases 32
Etiquetas y Sellos 34
Regalos Corporativos 35
Material Publicitario 36
Otros Artículos Publicitarios 39
7.5.2 Análisis Actividades en Puntos de Venta 40
Feria Lo Valledor 40
Mercado Vega Central 62
Ferias Libres 75
Hoteles y Restaurantes 102
7.5.3 Resultados Focus Group 111

7.6 Instalación Imagen Corpórea 114

8. Impactos y Logros del Proyecto 116

9. Problemas Enfrentados 117

10. Conclusiones y Recomendaciones 118

10.1 Actividades Genéricas 118
10.2 Actividades en Puntos de Venta 120

11. Anexos 128

11.1 Formato Encuestas 128
11.1.1 Ferias Libres 128
11.1.2 Ferias Mayoristas 137
11.1.3 Hoteles y Restaurantes 147

11.2 Tabulación Encuestas 152
11.2.1 Ferias Libres 152
11.2.2 Ferias Mayoristas 177
11.2.3 Hoteles y Restaurantes 208

11.3 Costos del Producto 214

11.4 Servicios externos de empresas y/o profesionales contratados 215

1. ANTECEDENTES GENERALES

CÓDIGO INICIATIVA	FIA – C – 2007 – 1

1. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:
"Desarrollo del Posicionamiento de la Frutilla de la Zona de San Pedro"

2. REGION DE EJECUCION:	
Región	**Localidad**
Metropolitana	San Pedro de Melipilla

3. AGENTE EJECUTOR:	Agrofrutillas San Pedro S.A.

4. COORDINADOR PROYECTO:	Gonzalo Dehays Fiedler

5. COSTO TOTAL:	
Programado	
Real	

6. APORTE DEL FIA:		
	Pesos	**% del Costo Total**
Programado		
Real		

7. PERIODO DE EJECUCION:		
	Fecha de Inicio	**Fecha de Término**
Programado	Mayo de 2008	Mayo de 2009
Real	Mayo de 2008	Mayo de 2009

2. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

El informe que aquí se presenta tiene como propósito informar al FIA sobre los resultados finales de la ejecución del proyecto denominado "Desarrollo del Posicionamiento de la Frutilla de la Zona de San Pedro", desde un punto de vista técnico y de su gestión administrativa. En este informe, se detallarán las principales actividades realizadas y sus logros obtenidos, además de otros aspectos de interés que dieron forma a la implementación del proyecto. Las actividades del proyecto se desarrollaron completamente, cumpliéndose con los objetivos propuestos en el plan de marketing, con resultados logrados de forma satisfactoria para los beneficiarios del proyecto, la empresa Agrofrutillas y la comuna de San Pedro de Melipilla.

De las actividades programadas en el proyecto, se implementó, dentro de la semana cultural celebrada en la comuna de San Pedro, la Fiesta de la Frutilla, actividad llevada a cabo a través de una alianza estratégica con el municipio de San Pedro, realizándose una serie de actividades durante toda una semana de eventos. Para tal efecto, se implementaron diversas acciones a fin de promocionar y publicitar el evento, acciones tales como la instalación de palomas y lienzos publicitarios en los principales puntos de la comuna, distribución de volantes publicitarios, y publicidad a través de medios radiales y escritos.

Con el propósito de mejorar el posicionamiento de la comuna, se instalaron avisos camineros publicitarios en los principales accesos a la comuna de San Pedro y alrededores (accesos a Melipilla, Santo Domingo, el Lago Rapel y Pichilemu).

Se desarrollaron acciones de difusión de la imagen corporativa del beneficiario del proyecto, la empresa Agrofrutillas San Pedro, a través de la instalación de letreros publicitarios instalados en la planta de procesos, y avisos en el camión de distribución.

A objeto de aumentar el posicionamiento de la frutilla de San Pedro, se elaboró un Mapa de la Frutilla, la cual sirvió para comenzar a desarrollar las unidades de negocios que se encuentran en el circuito agroturístico del mapa. Esto permitirá atraer y direccionar correctamente el flujo turístico a San Pedro, con el objetivo de promover el consumo de la frutilla de la zona, desarrollar el polo turístico y generar instancias educativas relacionadas con la producción de frutillas.

Además, se desarrollaron actividades de promoción de la frutilla de San Pedro en los puntos de venta propuestos en el plan de marketing. Las actividades consistieron en la entrega de muestras de frutillas en puntos de venta de ferias libres, ferias mayoristas, hoteles y restaurantes de Santiago, las cuales se llevaron a cabo con el carácter de plan piloto, y tuvieron como propósitos someter a evaluación los atributos de calidad del producto, testeo de las cajas, envases, etiquetas, sellos y marca en los diferentes canales de comercialización.

El proyecto finalizó con la realización de un taller focus group en el que participaron encuestadores en puntos de venta, especialistas en marketing, representantes del comercio, y de los consumidores, con el propósito de validar los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas y entrevistas a los lideres de opinión de los diferentes segmentos de mercado que participaron en el plan piloto.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General del Proyecto	Grado de Cumplimiento	% de Cumplimiento
El objetivo del Proyecto es desarrollar las acciones de marketing que permitan posicionar a la frutilla de San Pedro como un producto sano y alimenticio en los consumidores, en especial de mayores recursos, de la Región Metropolitana.	Objetivo cumplido	100%

N°	Objetivos Específicos del Proyecto	Grado de Cumplimiento	% de Cumplimiento
1	Evaluación de diversos tipos de cajas, envases, etiquetas y sellos, para frutillas frescas, de acuerdo a los mercados objetivos en los que está enfocado este proyecto.	Objetivo cumplido	100%
2	Evaluación de los diversos atributos de calidad de la frutilla de San Pedro de Melipilla en los diversos mercados mayoristas y minoristas.	Objetivo cumplido	100%
3	Ajuste del plan de marketing para el posicionamiento de las frutillas de San Pedro, en relación a los resultados obtenidos en los focus groups y encuestas.	Objetivo cumplido	100%
4	Posicionamiento de la Frutilla de San Pedro de Melipilla mediante la realización de acciones de vinculación con diversos actores, publico-privados, y mediante la realización de actividades vinculadas a la promoción del producto.	Objetivo cumplido	100%

4. METODOLOGIA

A continuación se presenta la metodología empleada para alcanzar los objetivos planteados en el proyecto.

Para posicionar las frutillas producidas en la zona de San Pedro en el mercado de la Región Metropolitana se procedió a realizar las siguientes actividades:

4.1 Actividades de Diseño y Creación de una Nueva Imagen

Se ejecutaron actividades para el desarrollo y lanzamiento de una nueva imagen para las frutillas de San Pedro. Las actividades desarrolladas fueron las siguientes:

Creación de la Imagen Corporativa

Se realizaron talleres Focus Groups en el que participaron productores agrícolas, autoridades municipales y especialistas en marketing y diseño publicitario, los que permitieron la creación de una imagen corporativa del Valle de San Pedro, a objeto de posicionar y mostrar visualmente este producto al consumidor final e intermedio. Los talleres permitieron la evaluación y análisis de diferentes alternativas de marcas, logotipos e isotipos. Producto de los análisis realizados en los focus groups, se determinó la imagen de marca definitiva.

Es esta etapa, participaron como equipo técnico, un diseñador gráfico, un moderador para los Focus Groups y tres profesionales que diseñaron el modelo de Focus Groups y coordinaron su desarrollo.

Desarrollo de Productos y Lanzamiento de Imagen

Se desarrollaron cajas, envases, etiquetas y sellos, de acuerdo al mercado objetivo del proyecto. Esta actividad comprendió una serie de acciones destinadas a generar un cambio en la presentación del producto. Para este fin, se analizaron los tipos de cajas, envases, etiquetas y sellos que serían más idóneos para presentar las frutillas de San Pedro al consumidor final e intermedio. De esta forma, se determinaron los formatos que permitieron presentar el producto de mejor forma, así como para protegerlo durante el proceso de traslado a los distintos lugares de comercialización:

1. Para el envasado de las frutillas, se desarrollaron 2 formatos de clamshells transparentes, para 500 gramos y para 1 kilo de frutillas frescas.
2. Para el embalaje, se desarrollaron 3 formatos de cajas con capacidad de 5 kilos cada una. De estas, un formato de cajas se desarrolló para contener 10 clamshells de 500 gramos; un formato de cajas con 5 clamshells de 1 kilo; y una bandeja con 5 kilos de frutillas a granel.

3. Se desarrollaron 2 tipos de etiquetas para colocar en los clamshells, una etiqueta fue diseñada para colocar en los clamshells de 500 gramos; y otra para etiquetar los clamshells de 1 kilo.
4. Se desarrollaron sellos de seguridad los que fueron adheridos en los clamshells de ambos formatos con el fin de asegurar al comprador que el producto se encuentra en condiciones de seguridad higiénica.

Los productos fueron testeados en puestos de venta de ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes de Santiago, como parte de un plan piloto, el cual consistió en la entrega de muestras de frutillas en innovadores formatos de presentación a comerciantes mayoristas y minoristas.

Se testearon los atributos de calidad de las frutillas, los diferentes formatos de cajas y envases, los diseños de las etiquetas y los sellos, cuyos resultados fueron registrados con el fin de obtener información primaria para dar orientación empírica a las acciones del plan de marketing. Como metodología de obtención de datos, se aplicaron encuestas y entrevistas dirigidas a los líderes de opinión de los diferentes segmentos de mercado y a representantes de consumidores que participaron en la experiencia piloto.

Los principales propósitos definidos para el desarrollo de los focus groups, fueron los siguientes:

a. Determinar preferencias por los diferentes formatos de presentación de los productos.
b. Testear los diferentes formatos de las cajas, envases, sellos, etiquetas y la marca Valle de San Pedro.
c. Evaluar los atributos de calidad de la frutilla de San Pedro.
d. Determinar los principales factores de compra de los consumidores intermedios y finales.
e. Conocer las opiniones, percepciones y preferencias de los encuestados y entrevistados en esta investigación.

Se desarrollaron elementos promocionales y publicitarios para apoyar el lanzamiento de la nueva imagen de la frutilla de San Pedro en los puntos de venta. Los elementos empleados para la ocasión fueron los siguientes:

Regalos Promocionales:
- Gorros
- Delantales
- Pad mouse
- Tazones

Artículos Promocionales y Publicitarios:
- Palomas
- Pendones
- Banderas
- Folletos dípticos informativos de la frutilla de San Pedro
- Autoadhesivos
- Windows visions para vehículos

Los puntos de venta seleccionados para la prueba piloto de la frutilla de San Pedro fueron ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes de Santiago, los que se distribuyeron de la siguiente manera:

Ferias Mayoristas:
- Feria Mayoristas Lo Valledor
- Mercado Mayorista Vega Central

Ferias Libres:
- Feria Tobalaba
- Feria Chacarera La Reina
- Feria Parque Los Dominicos

Hoteles:
- Hotel Sheraton
- Hotel Ritz Carlton
- Hotel Regal Pacific

Restaurantes:
- Restaurant El Apero
- Restaurant La Cocina de Javier
- Restaurant Pura Carne
- Restaurant Alfresco

Para la etapa de diseño y desarrollo de los productos, participaron como equipo técnico, especialistas en marketing y diseño publicitario, incluyendo un diseñador grafico con larga trayectoria en diseño y desarrollo de nuevos productos.

Para el desarrollo y ejecución de las actividades del plan piloto en ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes, participaron en la etapa de planificación y organización tres profesionales (un ingeniero agrónomo y dos ingenieros en agronegocios). Para la etapa de encuestas y entrevistas, uno de los profesionales se encargo del desarrollo de los cuestionarios, y trece profesionales en la etapa de aplicación de las encuestas y entrevistas, tabulación y análisis estadísticos de los resultados obtenidos en los puntos de venta.

A objeto de concluir y validar los resultados arrojados por las entrevistas y encuestas desarrolladas en los puntos de venta, se realizó un Focus Group en el que participaron encuestadores en terreno, profesionales especialistas en marketing, representantes de ferias mayoristas, ferias libres y restaurantes, quienes participaron en la ejecución del plan piloto. En el taller, se aprovecho de obtener conclusiones finales respecto a la experiencia desarrollada, donde se aprovecho de analizar los resultados del testeo a las cajas, envases, etiquetas, sellos, la marca Valle de San Pedro y los atributos de calidad de la frutilla, determinar los principales factores de decisión de compra de los consumidores, preferencias, percepciones y opiniones respecto al desarrollo del proyecto.

4.2 Acciones de Vinculación con Actores Públicos – Privados

Para vincular a los diversos actores Públicos – Privados, se realizaron una serie de reuniones y presentaciones del proyecto a autoridades y empresarios de relevancia en el sector de San Pedro de Melipilla. Se realizaron reuniones con el Alcalde de la Ilustre Municipalidad de San Pedro, con el Gobernador Provincial, y con los Concejales Municipales, con el fin de asegurar el patrocinio de las autoridades.

Además, se entrevistó a representantes de ferias mayoristas (8), ferias libres (12), restaurantes (4) y hoteles (3), para vincularlos con la promoción de la frutilla y su importancia para los productores de la zona.

4.3 Actividades Vinculadas a la Promoción del Producto

Fiesta de la Frutilla

Dentro de la semana cultural celebrada en la comuna de San Pedro entre los días 21 al 28 de febrero de 2009, se implemento, en alianza estratégica con la Ilustre Municipalidad de San Pedro, la Fiesta de la Frutilla en el anfiteatro de la municipalidad. El evento considero la muestra de shows artísticos y musicales, la elección de la "miss piscina", actividades recreativas y deportivas, tocatas en vivo, noches de cine y teatro, elección y premiación a los mejores productores de frutillas de San Pedro; además, la exhibición y muestra de artesanías de la zona, muestras de licores artesanales y de repostería típica, incluyendo especialidades preparadas con frutillas.

La planificación y organización de las actividades de la Fiesta de la Frutilla estuvo a cargo de un equipo técnico compuesto por 4 profesionales, en conjunto con funcionarios municipales de San Pedro.

Se realizaron actividades de difusión del evento a través de la distribución de volantes publicitarios, publicidad en medios escritos y radiales de la zona, y se desarrollaron elementos publicitarios tales como palomas y lienzos instalados en la comuna. Para la etapa de diseño y desarrollo de las actividades, participaron 4 profesionales, incluyendo un diseñador grafico para la elaboración de la publicidad, junto con funcionarios de la municipalidad de San Pedro. Para la publicidad radial y escrita, se contrataron los servicios de la radio Acuarela de Melipilla, y del diario El Lider de Melipilla.

Avisos Publicitarios Camineros

Se realizaron talleres Focus Groups en el que participaron productores de frutillas de San Pedro, funcionarios de la municipalidad, especialistas en marketing y diseño, y agentes de comercialización. Como resultado de los talleres, se generaron avisos publicitarios camineros, después del análisis en conjunto de varias maquetas de prueba.

Posteriormente, una vez definidas las imágenes, y con el propósito de mejorar el posicionamiento de la comuna, se instalaron los avisos publicitarios camineros en los principales accesos a la comuna de San Pedro y alrededores (accesos a Melipilla, Santo Domingo, el Lago Rapel y Pichilemu).

En las actividades de diseño de las imágenes y organización de los talleres, participaron como equipo técnico, un diseñador gráfico, un moderador para los Focus Groups y tres profesionales que diseñaron y coordinaron los talleres.

Publicidad Agrofrutillas San Pedro S.A.

Se desarrollaron acciones de difusión de la imagen corporativa del beneficiario del proyecto, la empresa Agrofrutillas San Pedro, a través de la instalación de letreros publicitarios instalados en la planta de procesos, y avisos en el camión de distribución.

Participaron en las actividades de diseño y desarrollo, un equipo técnico conformado por 4 profesionales especialistas en marketing y diseño publicitario, en conjunto con los socios de la empresa Agrofrutillas San Pedro.

Mapa de la Frutilla

Se elaboro un Mapa de la Frutilla con el cual se logró formar una estructura asociativa que convocó a diferentes actores, participantes de la actividad agroturística de San Pedro, a través de la cual se facilitará la promoción, difusión y comercialización, mediante la articulación de recursos humanos y financieros, a objeto de mostrar un producto de calidad de amplio reconocimiento y divulgación.

Participaron en el desarrollo del mapa, 4 profesionales en conjunto con funcionarios municipales y actores involucrados en las actividades turísticas y patrimoniales de la comuna. El diseño del mapa estuvo a cargo de un diseñador grafico y 3 profesionales.

Instalación Imagen Corpórea

En estos momentos, se encuentra en etapa de desarrollo la instalación de una frutilla corpórea en la zona de San Pedro, actividad que reemplaza la iniciativa original la cual consistió en la instalación de un puesto de ventas en la vía publica dada su inviabilidad técnica y comercial.

La frutilla corpórea permitirá posicionar la frutilla de San Pedro y a la comuna como la Capital de la Frutilla Chilena, mediante el impacto visual que generarán sus dimensiones físicas, su arquitectura, diseño, forma y colores distintivos y característicos de la frutilla en un sector con alto trafico vehicular y punto de intersección de las rutas que conducen al Lago Rapel, Santo Domingo y Melipilla.

Participaron en su diseño y desarrollo, 3 profesionales en el área de marketing, en conjunto con los socios de la empresa Agrofrutillas San Pedro y autoridades municipales, apoyados por un diseñador grafico especialista en publicidad de medios

5. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

5.1 Actividades Programadas para el período

Actividad Programada			Grado de cumplimiento[1]	Razones[2]/Problemas[3]
N°	Descripción	Fecha		
1	Avisos Publicitarios Camineros	Oct – Dic 08	R	Totalmente realizada
4	Publicidad Agrofrutillas San Pedro	Dic 08 – Feb 09	R	Totalmente realizada
3	Mapa de la Frutilla	Dic 08 – Ene 09	R	Totalmente realizada
2	Fiesta de la Frutilla[4]	Ene – Feb 09	R	Totalmente realizada
5	Actividades de Promoción en los Puntos de Venta.	Dic 08 – Ene 09	R	Totalmente realizada
6	Desarrollo de Taller Focus Group	Dic 08 – Ene 09	R	Totalmente realizada
7	Instalación de Punto de Ventas[5]	Dic 08 – Ene 09	NR	Esta actividad no se realizo porque su instalación no tendrá el impacto comercial esperado y los recursos fueron reasignados para la instalación de una imagen corporea de la frutilla.

[1] Realizada (R), No Realizada (NR), Atrasada (A), Suspendida (S)
[2] Si el Grado de Cumplimiento de la Actividad Programada corresponde a NR, A, o S, se deben detallar las razones que explican las discrepancias respecto al Programa de Trabajo inicial. Indicar las repercusiones que tendrá el cambio de las actividades programadas en el desarrollo normal del proyecto completo.
[3] Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.
[4] Durante enero, se llevo a cabo la gestión de planificación y organización, junto con el municipio, de las actividades a desarrollarse en la fiesta de la frutilla, junto con las actividades de coordinación para el apoyo publicitario del evento.
[5] Por Ordenanza Municipal, se establece que la instalación de un puesto de ventas en rutas camineras no puede realizarse a menos de 30 metros de distancia respecto al borde del camino, lo cual limita el impacto comercial del proyecto.

5.2. Actividades No Programadas realizadas en el proyecto

Actividad No Programada		Justificación[6]
Descripción	Fecha	
Instalación Imagen Corporea Frutilla de San Pedro	Abr – May 09	Se evaluó en conjunto con autoridades municipales y los beneficiarios del proyecto, la empresa Agrofrutillas San Pedro S.A., la instalación de una imagen monumental de la frutilla de San Pedro, la que sustituye el proyecto de instalación de un puesto de ventas por la inviabilidad comercial de esta última, estimándose que las características de la imagen monumental servirán para posicionar visualmente a la frutilla de San Pedro.

[6] Se debe justificar correctamente el porque se realizó una Actividad No Programa inicialmente.

6. RESULTADOS E HITOS

Resultados esperados y alcanzados en el proyecto

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Razones[7]
Instalación de Avisos Publicitarios Camineros	Se instalaron 5 Avisos Publicitarios Camineros con la imagen de la frutilla del Valle de San Pedro en los siguientes puntos de la vía pública de la comuna de San Pedro y alrededores: ○ Cuesta Loyca ○ Cuesta Lo Encañado ○ El Sauce ○ Cuesta San Vicente ○ San Pedro	Las actividades se realizaron en un 100%.
Publicidad Agrofrutillas San Pedro.	Se instalaron avisos publicitarios para apoyar a la empresa Beneficiaria del proyecto, Agrofrutillas San Pedro S.A.: ○ 1 aviso publitario doble en la planta productiva. ○ 2 avisos en el camión de distribución de frutillas de la empresa. ○ 1 aviso con la imagen corporativa de la frutilla de San Pedro (imagen "Familia de la Frutilla"). A esta actividad, se agrega el desarrollo de Autoadhesivos y Lunetas publicitarias Windows Vision para los vehículos de los socios de la empresa Agrofrutillas San Pedro.	Las actividades se realizaron en un 100%.
Elaboración Mapa de la Frutilla	Se desarrolló un tríptico de Mapa de la Frutilla destacando un circuito agro turístico y principales puntos de interés anexos para el turismo en la zona: predios agrícolas, sitios naturales, restaurantes de comida típica y monumentos históricos.	Las actividades se realizaron en un 100%.

Realización Fiesta de la Frutilla en San Pedro	Se organizó la Fiesta de la Frutilla, actividad que posicionó la frutilla de San Pedro en la comunidad sanpedrina, y ante asistentes al evento de otras localidades y comunas, autoridades locales y regionales. Asimismo, posicionó la imagen de San Pedro como zona productora de frutillas. Se llevo a cabo un plan de medios para publicitar la Fiesta de la Frutilla en San Pedro, el que incluyo: ○ Publicación de 4 avisos escritos en los diarios El Lider de Melipilla y San Antonio. ○ Anuncio de 10 Avisos radiales por día entre el 17 y 28 de febrero en la Radio Acuarela. ○ Instalación de lienzos y palomas en diferentes puntos de San Pedro y alrededores. ○ Entrega de folletos publicitarios al público.	Las actividades se realizaron en un 100%.
Actividades de Promoción de la frutilla de San Pedro en Puntos de Venta.	Se entregaron muestras de frutillas frescas en nuevos formatos de cajas, envases, etiquetas, sellos y logos a comerciantes de ferias libres, mayoristas, hoteles y restaurantes de Santiago; entrega de regalos corporativos y la ejecución de acciones de merchandising con el uso de elementos publicitarios en los puntos de venta, con carácter de plan piloto para una prueba comercial del producto.	Las actividades se realizaron en un 100%.
Desarrollo Taller Focus Group	Se llevo a cabo un taller focus group para evaluar los resultados finales obtenidos en las actividades realizadas en los puntos de venta. Esta actividad contó con la participación de encuestadores en puntos de venta, especialistas en marketing y diseño, representantes de ferias libres, mayoristas, restaurantes, y representantes de los consumidores.	Las actividades se realizaron en un 100%.

Instalación de un Puesto de Ventas	Actividad no realizada	Esta actividad no se realizo debido a que su implementación no tendrá el impacto comercial esperado que justifique su ejecución.
Instalación de una Imagen Corporea de la Frutilla	En estos momentos, se esta en etapa de instalación de una imagen monumental de la frutilla de San Pedro en el cruce las arañas. Esta actividad constituye una instancia única, la que por primera vez en la historia de San Pedro, permitirá promocionar y posicionar la frutilla y el Valle de San Pedro como "Capital de la Frutilla Chilena", a través del impacto visual que generará la imagen de una frutilla monumental, por las dimensiones de su tamaño, el diseño de su arquitectura, y sus colores distintivos.	En etapa de instalación

[7]Detallar las razones que explican las discrepancias entre los resultados esperados y alcanzados.

7. PRODUCTOS OBTENIDOS

7.1 Instalación de Avisos Publicitarios Camineros

Se instaló un circuito de 5 avisos publicitarios camineros de la frutilla en zonas de alto transito vehicular en alrededores de la comuna de San Pedro: El Sauce, Cuesta San Vicente, Cuesta Loyca, Cuesta Lo Encañado y en la entrada a San Pedro. Todos estos puntos son a su vez accesos obligados para el transito vehicular que se dirige al Lago Rapel, Santo Domingo (costa), Melipilla y San Pedro. En todos ellos, se destacan los elementos diferenciadores de la frutilla, los cuales sirven para posicionar visualmente el producto.

Letrero Caminero "Bienvenida"

El letrero de Bienvenida comunica un mensaje de recibimiento a los visitantes, mostrando visualmente la frutilla a los automovilistas que se dirigen a la zona de San Pedro y alrededores, como la imagen de una fruta de color rojo intenso característico, apoyado por la imagen de un equipo de hombres trabajando en conjunto, cada uno resaltando sus atributos para producir la mejor frutilla de Chile.

Aviso en El Sauce

Aviso en Cuesta Loyca

Aviso en Entrada a San Pedro

Letrero Caminero "Mujer"

El letrero caminero instalado en la cuesta Lo Encañado destaca uno de los principales atributos de la frutilla: su color rojo intenso. A esto unido el concepto de producto con carácter femenino, dadas sus características de producto endulzado, sabroso, y el color rojo característico.

Aviso en Cuesta Lo Encañado

Letrero Caminero "Niña"

El letrero instalado en la cuesta San Vicente muestra una imagen de seguridad del producto para su consumo. El mensaje del aviso destaca en la frutilla de San Pedro, un producto limpio, sano y sabroso. Por otro lado, la imagen de la niña refuerza este concepto, dando a la frutilla una connotación de producto sabroso, y que puede ser consumido sin riesgos, desde un punto de vista higiénico y sanitario.

Aviso en Cuesta San Vicente

7.2 Publicidad Agrofrutillas

Como apoyo al beneficiario del proyecto, la empresa Agrofrutillas San Pedro S.A., se desarrolló una imagen corporativa que contribuya con posicionar la empresa. La imagen, además de mostrar visualmente su logotipo e isotipo, transmite información de contacto de la empresa (teléfono, fax y pagina web).

Se instaló 1 aviso publicitario doble con la imagen de la empresa Agrofrutillas San Pedro en la entrada a la planta productiva, y 2 avisos para el camión de distribución de frutillas de la empresa.

Aviso Publicitario Doble en Planta de Agrofrutillas San Pedro S.A.

Aviso Publicitario para Camión de Reparto de Agrofrutillas San Pedro S.A.

Además, se instaló un aviso publicitario con la imagen de la frutilla de San Pedro (Familia de la Frutilla) en el frontis de la empresa Agrofrutillas San Pedro.

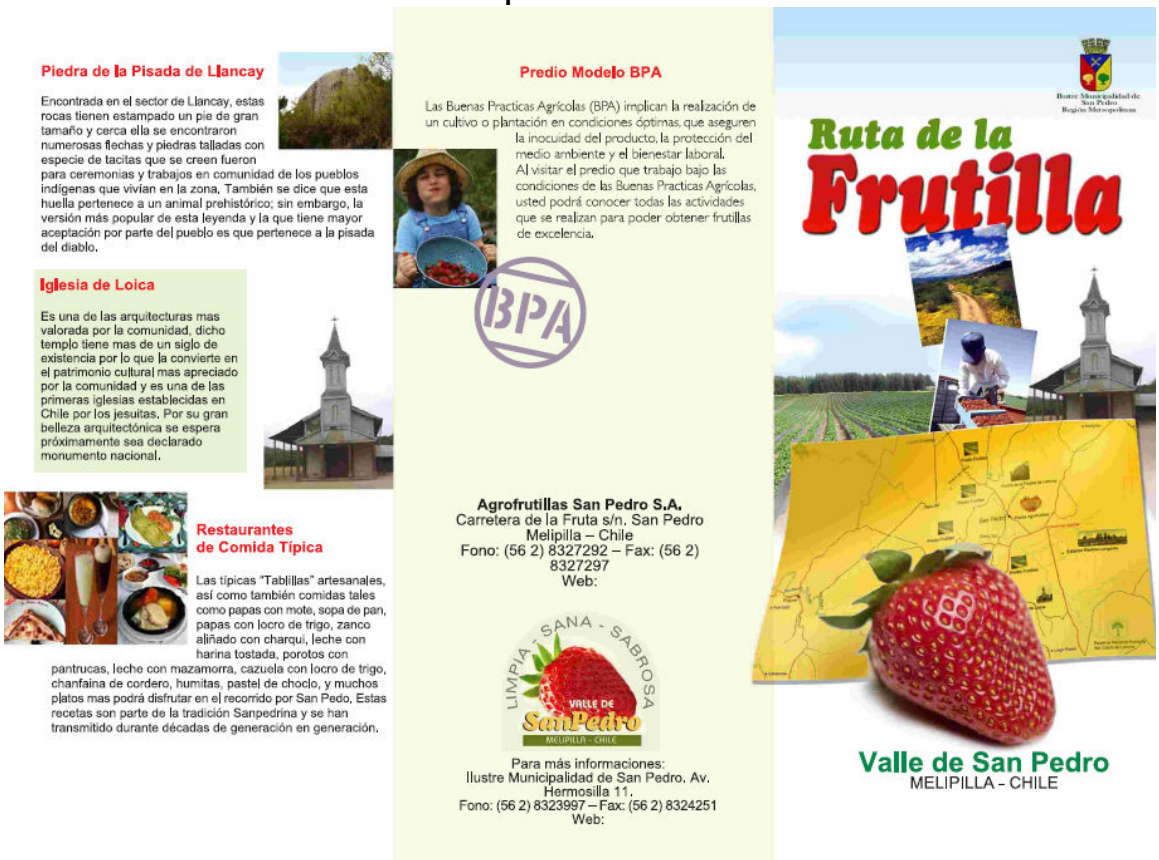
Aviso Publicitario Familia de la Frutilla en Planta Agrofrutillas San Pedro S.A.

7.3 Mapa de la Frutilla

Se diseñó un tríptico de Ruta de la Frutilla como una guía que sirvió para desarrollar un circuito agroturístico en el Valle de San Pedro, el que permitirá atraer el flujo turístico a la zona de San Pedro y sus localidades cercanas.

El tríptico contiene información de los principales puntos de interés turísticos y patrimoniales que el visitante puede recorrer en San Pedro y sus alrededores, tales como la Iglesia de Loyca, la que con mas de un siglo de existencia, la convierte en el patrimonio cultural mas apreciado por la comunidad y una de las primeras iglesias establecidas por los jesuitas en Chile; la Piedra de la Pisada de Llancay, rocas que tienen estampado un pie de gran tamaño y cerca de ellas se han encontrado numerosas flechas y piedras talladas que se creen fueron desarrollados por los pueblos indígenas que vivían en la zona; información de la gastronomía típica de la zona, conformada por comidas tales como papas con mote, sopa de pan, papas con locro de trigo, mote de maíz con papas, leche con harina tostada, entre otras recetas las cuales son parte de la tradición Sanpedrina; y las visitas guiadas a predios modelos de frutillas con certificación BPA (Buenas Practicas Agrícolas) y a la planta productiva de Agrofrutillas San Pedro, lugares donde se podrán conocer todas las actividades de procesos que se realizan para poder obtener frutillas de excelencia.

Tríptico Exterior



El circuito también comprenderá visitas a la Municipalidad de San Pedro, creada en 1891, en ese entonces denominada como Municipalidad de Loica; la Parroquia de San Pedro, fundada en 1860; y un museo de artesanía típica de la zona.

Tríptico Interior

Nuestra comuna constituye una zona rural, donde el cultivo de la frutilla es la principal actividad económica, sobre la que se basa la economía familiar y comunal. Zona pionera y líder por excelencia en la producción de frutillas, este cultivo viene desarrollándose desde hace unos 40 años y tiene una marcada participación del grupo familiar durante su cosecha, obteniendo las más sabrosas frutillas del país.

San Pedro es, además, una de las zonas mas atractivas de la región, en cuanto a sus monumentos históricos y naturales, junto con la existencia de una tradición gastronómica local que incluye la preparación de diversas comidas típicas de la zona.

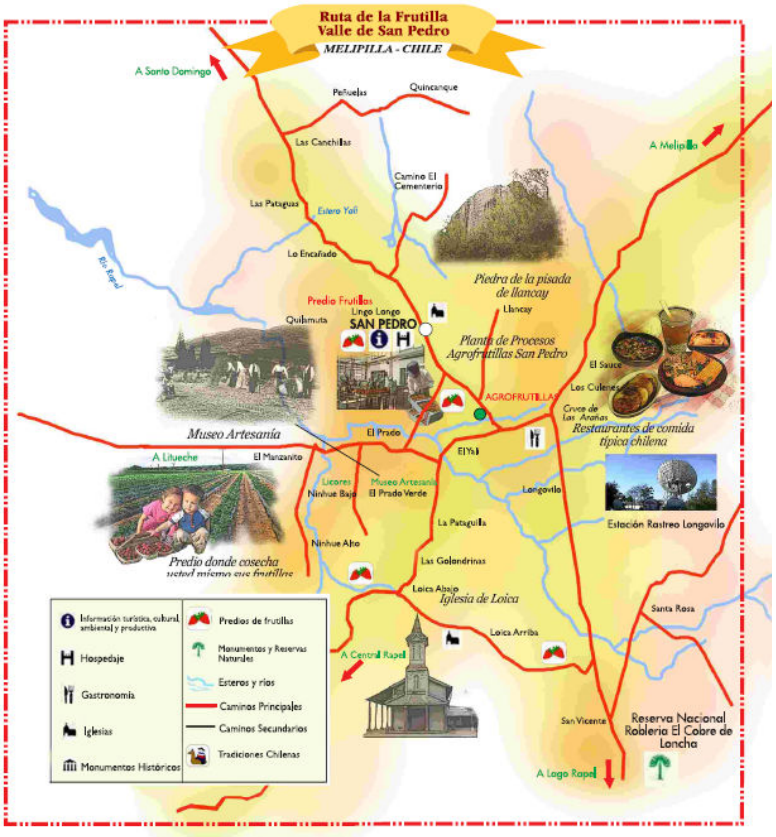
Para visitar San Pedro, solo se requiere tener ánimo para degustar las exquisitas frutillas de San Pedro, conocer su riqueza histórica y natural, su comunidad y cultura.

Agrofrutillas San Pedro

Es la única agroindustria enclavada en la zona productora de frutillas por excelencia de Chile. Con una superficie propia de 80 has, comercializa un promedio total de 2.400 toneladas por temporada. Una de sus fortalezas es ser una empresa familiar, utilizando prácticas culturales que logran obtener un producto natural y de calidad superior.

Al recorrer las instalaciones de la empresa, además de conocer los procesos que se realizan al interior de esta, podrá visitar el punto de ventas, degustar y adquirir la variedad de productos que se ofrecen.

En las mismas superficies de la empresa Agrofrutillas San Pedro, podrá conocer y aprender como se realiza el proceso de cosecha. Identificando las características que debe tener el fruto, como color y tamaño. De esta manera, usted cosechará y podrá adquirir frutillas cosechadas personalmente.



7.4 Fiesta de la Frutilla

7.4.1 Organización y Actividades

Dentro de la semana cultural celebrada en la comuna de San Pedro entre los días 21 al 28 de febrero de 2009, se implemento la Fiesta de la Frutilla en el anfiteatro de la municipalidad, y considero la muestra de shows artísticos y musicales, elección de la "miss piscina", eventos recreativos y deportivos, tocatas en vivo, noches de cine y teatro, elección y premiación a los mejores productores de frutillas de San Pedro; además, la exhibición y muestra de artesanías de la zona, muestras de licores artesanales y de repostería típica, incluyendo especialidades preparadas con frutillas.

El evento congrego a 5.000 asistentes provenientes de San Pedro y de diferentes localidades, al cual también asistieron importantes autoridades regionales y locales, convirtiéndose en una importante instancia para reunir a la comunidad en torno a la frutilla, producto estrella de la comuna de San Pedro.

Entre las principales autoridades que asistieron a la Fiesta de la Frutilla, se destaca la participación de la Diputada de la Republica Denise Pascal Allende[1], y el equipo del Programa Verano en Buena del Consejo de Cultura y las Artes, encabezado por su Director Nacional el Sr. Leonardo Guerra. La asistencia de las autoridades locales estuvo representada por el Alcalde Sr. Florentino Flores, el Consejo Municipal y funcionarios municipales.

Alcalde de la Comuna de San Pedro Sr. Florentino Flores y Sra.

[1] Diputada por el Distrito N° 31 de la Región Metropolitana: Alhue, Curacaví, El Monte, Isla de Maipo, María Pinto, Melipilla, Padre Hurtado, Peñaflor, San Pedro y Talagante.

Diputada de la Republica Denise Pascal Allende y Alcalde Sr. Florentino Flores

Equipo Programa Verano en Buena y su Director Nacional Sr. Leonardo Guerra

Durante el evento, se hizo un reconocimiento público por su destacada trayectoria a productores de frutillas de la comuna de San Pedro, a los cuales se les hizo entrega de premios por parte de las autoridades de la comuna. Entre quienes recibieron distinciones, se destacaron:

1. Fresia Cuevas Flores
Destacada productora de frutillas de la comuna de San Pedro
Modulo 1° de Prodesal

2. Maria Alvarez Maulen
Destacada productora de frutillas de la comuna de San Pedro
Modulo 2° de Prodesal

3. Héctor Muñoz Catalán
Destacado productor de frutillas de la comuna de San Pedro
Modulo 3° de Prodesal

4. Juan Armijo carrasco
Destacado productor de frutillas de la comuna de San Pedro
Huertos del Sol

5. Gabriel Ureta Monsalve
Destacado productor de frutilla de la comuna de San Pedro
Agrofrutillas San Pedro

6. Rene Peralta Tapia
Destacado productor de frutilla de la comuna de San Pedro
Agrofrutillas San Pedro

7. Paricio Farias Arce
Destacado productor de frutilla de la comuna de San Pedro
Agrofrutillas San Pedro

8. Luis Jerez Carrasco
Por su apoyo constante en defensa del tema de la frutilla en San Pedro
Agrofrutillas San Pedro

Premiación a Productores de Frutillas de San Pedro

Entre los espectáculos artísticos y musicales, se destacan el recital de los Hermanos Bustos, dúo de música mexicana, quienes recibieron el reconocimiento de los asistentes; el show musical de la Sonora J.R. Palacios; el Ballet Sones de México; y el Ballet Folclórico Alma Chilena, quienes deleitaron a todos los asistentes con una presentación de primer nivel y una muestra de bailes desde la Zona Norte hasta Isla de Pascua, finalizando con un recorrido de música y danza de todo América Latina.

La Sonora J.R. Palacios

Los Hermanos Bustos

Ballet Sones de México

Ballet Folclórico Alma Chilena

La Participación Ciudadana en la Fiesta de la Frutilla

7.4.2 Publicidad Fiesta de la Frutilla

Lienzos y Palomas Publicitarias

Si instalaron lienzos y palomas promocionando la Fiesta de la Frutilla los cuales fueron colocados en diferentes puntos alrededor y dentro de la comuna de San Pedro.

Volantes Publicitarios

Se diseñaron folletos publicitarios con información de la Fiesta de la Frutilla, los que fueron entregados a la comunidad con carácter informativo de las actividades a llevarse a cabo durante la semana de actividades.

Publicidad Escrita Fiesta de la Frutilla

Se publicaron 4 avisos publicitarios de la Fiesta de la Frutilla distribuidos en los diarios El Líder de Melipilla y El Líder de San Antonio, lográndose una mayor cobertura de información sobre el evento y alcance comunicacional para publicitar la Fiesta de la Frutilla en territorios de Melipilla y Talagante, y en San Antonio, V Región.

El Líder de Melipilla 14-02-2009

El Líder de San Antonio 19-02-2009

El Líder de Melipilla 21-02-2009

El Líder de Melipilla 28-02-2009

Crónica Fiesta de la Frutilla. El Lider de Melipilla 07-03-2009

crónica

El Líder de Melipilla / sábado 7 de marzo de 2009

Alegría en San Pedro

Un éxito fue Fiesta de la Frutilla

Más que positivo fue el resultado de la Fiesta de la Frutilla de San Pedro

Se estima que cerca de 5 mil personas disfrutaron de las entretenidas actividades, lo que fue considerado todo un éxito de parte de los organizadores.

El evento ofreció ocho días de espectáculos incluyendo la presencia de artistas como la Sonora J.R. Palacios y el Ballet Sones de México en la jornada inaugural, el Ballet Folklórico Alma Chilena, y la música mexicana de los Hermanos Bustos como el plato fuerte de la fiesta en la noche de cierre, quienes recibieron el reconocimiento y el cariño de todo el público, pidiendo una y otra vez sus mejores éxitos.

La organización buscó ofrecer un espectáculo de reconocido nivel, eso sumado a la diversidad de shows artísticos, actividades recreativas y deportivas, la elección de la "Miss Piscina", tocatas en vivo, noches de cine y teatro en la plaza de Armas.

Además, se aprovechó esta instancia para hacer entrega, por parte de las autoridades, de premios a destacados productores frutilleros de la comuna.

Durante la jornada de festividades, se hicieron presentes diversas autoridades, entre ellas la diputada Denisse Pascal, el director nacional del Programa Verano en Buena del Consejo de Cultura y las Artes, Leonardo Guarra, y las autoridades locales como el alcalde Florentino Flores y el Concejo Municipal, quienes se mostraron muy contentos y agradecidos por el marco de público que se convocó para la semana de la frutilla y de la manera en que la gente participó del evento, durante toda la semana.

La comunidad participó en grande de estas actividades, que buscan potenciar las tradicionas de San Pedro y convertirse en una importante instancia para reunir a la comunidad en torno a las mejores frutillas del país.

Publicidad Radial Fiesta de la Frutilla

Medio Radial: Radio Acuarela de Melipilla

Radioemisora que emite espacios musicales, programas y micro espacios de entretención para auditores de la zona urbana y rural. Con este medio, se logró una instancia para dar publicidad al evento de la Fiesta de la Frutilla, con una amplia cobertura territorial y alcance de transmisión de la publicidad, abarcando auditores de las provincias de Melipilla y Talagante.

Periodo de transmisión de la publicidad: Desde 17 al 28 de Febrero de 2009. (11 DÍAS)

Espacio publicitario para la transmisión: 10 frases diarias de 30 segundos cada una, emisión de lunes a sábado en horario preferente.

Horario de publicidad: 09.30 – 10.30 – 11.30 – 12.30 – 13.30 – 15. 30 - 16.30 – 17.30 - 18.30 – 19.30 horas.

7.5 Actividades en Puntos de Venta

Como parte de las acciones del Plan de Marketing de la frutilla de San Pedro, se generaron actividades de promoción y ventas en los canales de distribución mediante la implementación de diversas acciones para inducir a los intermediarios que participan en la cadena de distribución de la frutilla a que promuevan y generen ventas, y ayudar a posicionar la marca Valle de San Pedro entre los compradores. Las actividades se implementaron en su conjunto como un plan piloto, el cual consistió en la entrega de frutillas frescas en calidad de muestras promocionales a comerciantes de ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes de Santiago, junto con la entrega de regalos corporativos con el propósito de fidelizar al comerciante con la frutilla de San Pedro, y el apoyo de las actividades con la implementación de elementos publicitarios en los puntos de venta.

7.5.1 Desarrollo de Productos

Para llevar a cabo las actividades de promoción de la frutilla de San Pedro en los puntos de venta, se desarrollaron diferentes y novedosos productos, los que incluyeron el desarrollo de cajas para embalaje; envases formato clamshells transparentes; etiquetas y sellos de seguridad y calidad para envases y cajas, logrando con ello formar una imagen de producto de calidad, distintivo y atractivo, cumpliendo con los requerimientos y exigencias de comerciantes y consumidores. A esto, se suma el desarrollo de diversos materiales publicitarios y regalos corporativos con la imagen del Valle de San Pedro.

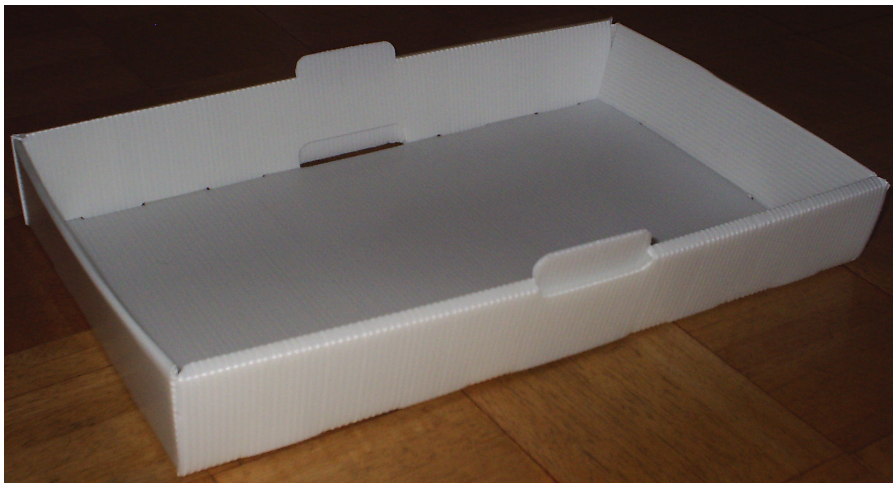
Cajas y Envases

Se desarrollaron innovadoras cajas de material cartonplast litografiadas a color con la marca Valle de San Pedro con capacidad de 5 kilos para contener 10 clamshells de 500 gramos de frutillas, y cajas de 5 kilos para almacenar 5 clamshells de 1 kilo con frutillas frescas, además bandejas de 5 kilos para contener frutillas a granel, las cuales se emplearon para el embalaje de las frutillas de San Pedro, y su posterior entrega, con el carácter de muestras promocionales, a los puestos de venta seleccionados: ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes.

Caja de 5 kilos para 10 Clamshells de 500 gramos

Caja de 5 kilos para 5 Clamshells de 1 kilo

Bandeja de 5 kilos con frutillas a granel



Para la elaboración de las cajas, se desarrollaron matrices especiales y moldes técnicos de inyección que dieron origen a un material novedoso (cartonplast) en la industria del packaging de frutas. Con ello, se logro uno de los principales aspectos planteados en el plan de marketing, el cual consistió en la diferenciación del producto a partir del desarrollo de un embalaje moderno, práctico, con aptitud apilable y resistente a las condiciones de manipulación y transporte de las frutillas desde su lugar de procedencia hasta el punto de consumo final.

Se desarrollaron envases tipo Clamshells material PET de alta transparencia con capacidad para 500 gramos y clamshells con capacidad para 1 kilo de frutillas frescas para entregar en ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes.

Envase Clamshell de 500 gramos

Envase Clamshell de 1 kilo

Etiquetas y Sellos

Junto con el desarrollo de cajas y envases, se diseñaron etiquetas individualizadas para cada formato de clamshells, de 500 gramos y de 1 kilo, incorporando en su diseño la marca Valle de San Pedro, en colores distintivos y con información destacada de los atributos de calidad de la frutilla de San Pedro. Además, se diseñaron sellos de seguridad para incorporar en los clamshells, y sellos de calidad en las cajas para garantizar la entrega de un producto seguro e higiénico.

Etiqueta Clamshell 500 gramos

Etiqueta Clamshell 1 kilo

Sello de Seguridad para Clamshells

Sello de Calidad Impreso en Cajas

Regalos Corporativos

Junto con la entrega de las frutillas en calidad de muestras para su promoción y venta, y con el objeto de fidelizar a los comerciantes con la frutilla de San Pedro, a estos últimos se les obsequiaron productos con la imagen de la frutilla de San Pedro: delantales, gorros, tazones y pad mouse. En particular, los delantales y gorros empleados por los ferianos, sirvieron para ejercer una acción comunicacional al momento de vender frutillas a consumidores.

Delantales

Gorros

Tazones

Pad Mouse

Material Publicitario y Promocional

Para apoyar las actividades de promoción y venta de la frutilla de San Pedro en los puntos de venta, se desarrollaron elementos publicitarios que sirvieron para resaltar y promover los atributos de calidad de la frutilla y destacar la marca Valle de San Pedro

Uno de los elementos utilizados para la publicidad de la marca Valle de San Pedro fue el desarrollo de palomas publicitarias, elementos cuyo contenido informativo dio a conocer, a consumidores de ferias libres, las propiedades nutricionales y beneficios de la frutilla de San Pedro, junto con transmitir y resaltar visualmente, a través de colores distintivos, sus atributos.

También, se desarrollaron pendones colgables para ser instalados en el interior de los puestos de venta seleccionados en ferias libres, con carácter comunicacional, transmitiendo información de los atributos de calidad e higiene de la frutilla de San Pedro a consumidores, junto con resaltar visualmente la imagen del isotipo y logotipo en colores destacables, el contenido y la marca Valle de San Pedro.

Palomas Publicitarias en Ferias Libres

Pendones en Puestos de Venta de Ferias Libres

Para apoyar las acciones de publicidad en los puntos de venta en ferias libres, se desarrollaron banderas publicitarias que incorporaron en su diseño la marca Valle de San Pedro, las cuales fueron empleadas por banderistas quienes recorrieron cada feria ejerciendo una labor comunicacional directa con los consumidores.

Banderas

Se diseñó un folleto díptico informativo de la frutilla de San Pedro con carácter genérico, dirigido a comerciantes de ferias mayoristas, ferias libres, ejecutivos de hoteles y restaurantes, y consumidores finales en ferias libres, con antecedentes de la comuna de San Pedro como zona productora de frutillas, información nutricional y características de la frutilla, un recetario para postres con frutillas y referencias sobre la empresa Agrofrutillas San Pedro.

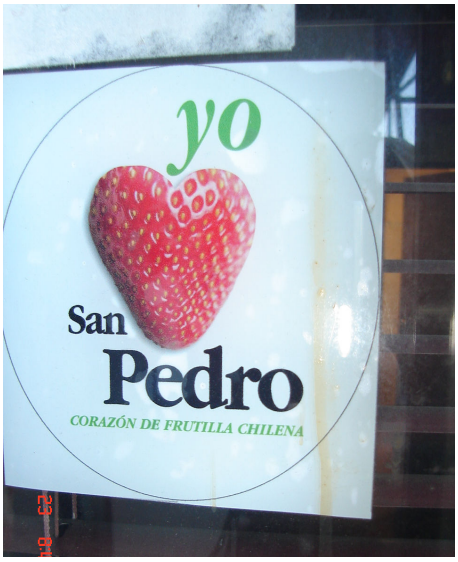
Díptico Exterior

Díptico Interior

Otros Materiales Publicitarios

Se desarrollaron artículos publicitarios con carácter transversal y de uso genérico a las actividades promocionales de la frutilla de San Pedro. Estos fueron Windows Visions (lunetas) para instalar en los parabrisas de los automóviles, aprovechando el efecto que genera la publicidad vehicular y su alcance comunicacional; y Autoadhesivos dirigidos a los socios de la empresa Agrofrutillas San Pedro y compradores de frutillas, ambos con la imagen de la frutilla de San Pedro, en distintivos diseños a color y mensajes comunicacionales originales.

Autoadhesivos



Windows Vision para vehículos

7.5.2 Análisis Actividades en Puntos de Venta

Feria Mayorista Lo Valledor

Se realizó la distribución de las muestras de frutillas frescas provenientes de San Pedro de Melipilla a comerciantes mayoristas de Lo Valledor, como parte de la implementación del plan de marketing con carácter de experiencia piloto, el que buscó promocionar y probar la capacidad de respuesta de los compradores ante la imagen de la frutilla del Valle de San Pedro.

El plan comenzó con la entrega de frutillas embaladas y envasadas a puestos de venta de frutas de comerciantes mayoristas de Lo Valledor para su prueba comercial, testeo del producto, promoción y venta, en tres formatos definidos para este segmento:

- Cajas con 10 clamshells de 500 gramos cada una
- Cajas con 5 clamshells de 1 kilo cada una
- Bandejas con 5 kilos de frutillas a granel

Junto con la entrega de las frutillas de muestra a los mayoristas para su promoción y venta, y con el objeto de fidelizar a los comerciantes con la frutilla de San Pedro, se les obsequiaron productos con la imagen de la frutilla de San Pedro: gorros, delantales, tazones y pad mouse.

Posteriormente, se realizaron encuestas a los mayoristas que recibieron las frutillas de muestra para su promoción y venta.

Las encuestas realizadas a los comerciantes de Lo Valledor tuvieron como propósito determinar sus percepciones, preferencias y opiniones en relación al producto de prueba, la frutilla de San Pedro.

Los puestos mayoristas seleccionados para la prueba en la feria Lo Valledor fueron:

- Puesto Nº 1: Alejandro Armijo. Armifrut Local 692
- Puesto Nº 2: Victor Palma. Javifrut Local 707 – 708 – 709.
- Puesto Nº 3: Juan Latorre Local 754.
- Puesto Nº 4: Oscar Dotte. Frutas Teo Local 489

El análisis de las actividades desarrolladas en la feria Lo Valledor se basa en los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los comerciantes de puestos de frutas definidos, y tuvo como propósitos:

- Determinar los principales compradores de frutillas de San Pedro.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar la preferencia de las cajas para la venta de frutillas de San Pedro: en cajas para clamshells de 500 gramos; cajas para clamshells de 1 kilo; y en bandejas para venta de frutillas a granel de 5 kilos.
- Conocer los precios de venta de las frutillas de San Pedro según formato de venta.
- Determinar la disposición de pago por las frutillas de San Pedro
- Conocer las opiniones e intereses de los mayoristas consultados.

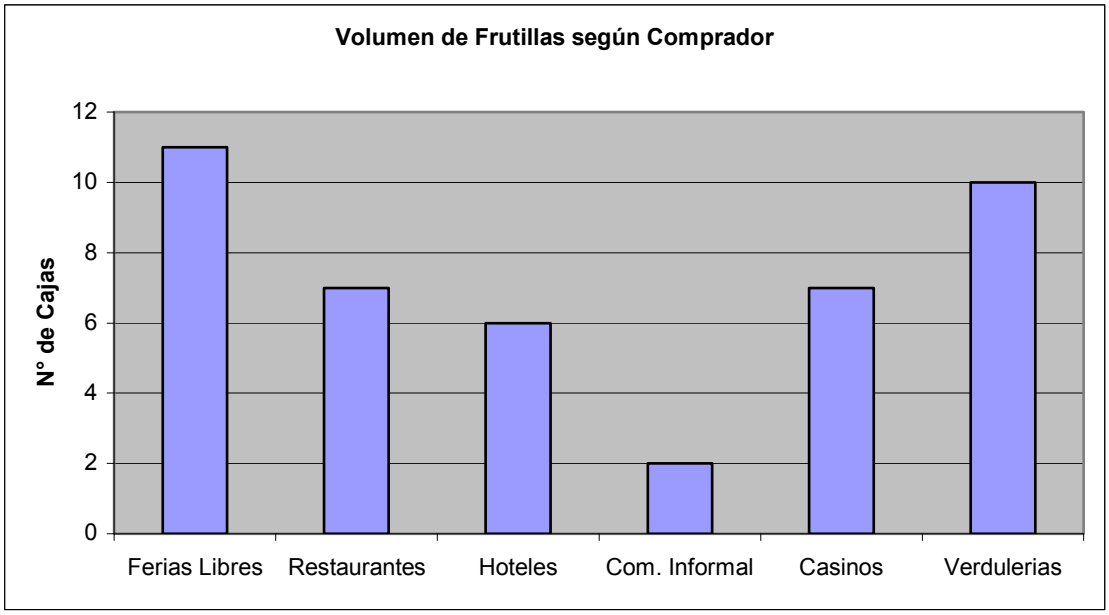
A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

1. ¿Quiénes le compraron las frutillas de San Pedro?

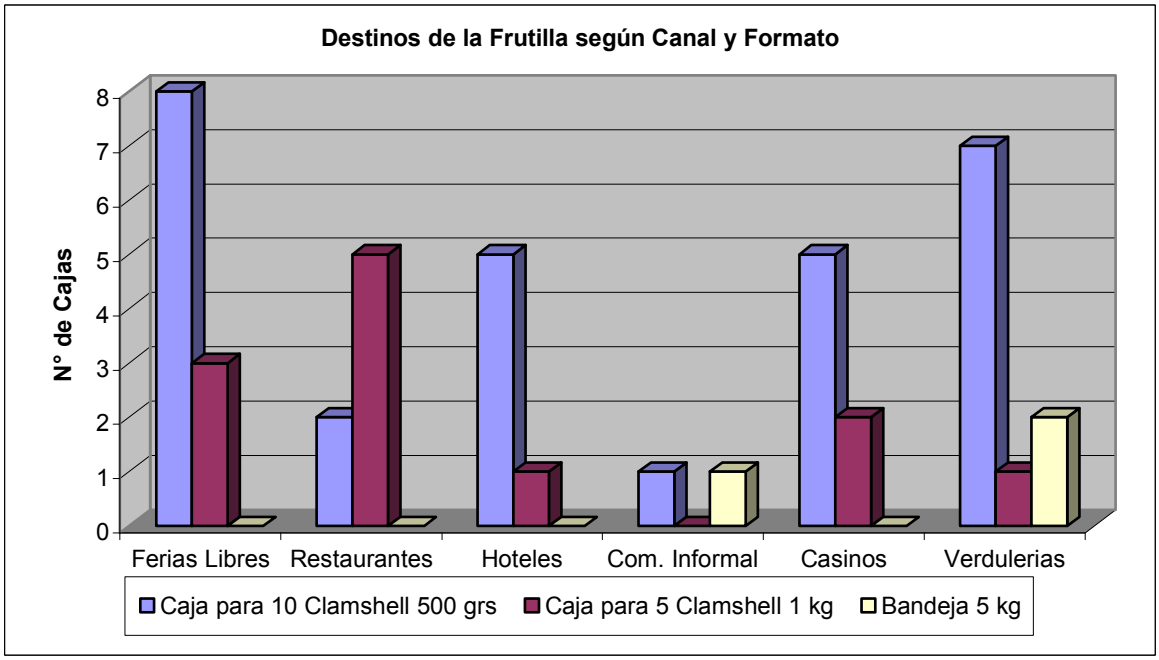
De acuerdo a los mayoristas encuestados, los compradores de frutillas de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres, restaurantes, hoteles, comerciantes informales, almacenes de verdulerías y casinos.

2. ¿Cuántas frutillas de San Pedro le compraron?

En relación a los volúmenes, los mayoristas vendieron las frutillas de San Pedro principalmente a ferias libres y verdulerías. Los menores volúmenes se vendieron a comerciantes informales.



La venta de frutillas de San Pedro en todos sus formatos se dirigió principalmente a ferias libres y verdulerías. No obstante, es importante destacar que el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Casinos), en conjunto, concentro el 45% de los destinos de la frutilla de San Pedro.



En cuanto a las ventas según formato de cajas, el canal feria libre es el que más compró frutillas de San Pedro en cajas para clamshells de 500 grs. junto con las verdulerías.

Respecto del canal HORECA, hoteles y casinos también fueron destinos de las frutillas de San Pedro en formatos para clamshells de 500 grs. En cambio, a restaurantes se destinaron principalmente frutillas en formato de cajas que contienen clamshells de 1 kg.

Por ultimo, las bandejas de 5 kilos con frutillas a granel solo tuvieron aceptación en comerciantes de verdulerías y comerciantes informales.

3. Orden de importancia de los factores que componen el producto final: Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

Se ponderó el grado de importancia que le otorga el comerciante mayorista, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los mayoristas de Lo Valledor, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 68%
2. Marca : 13%
3. Clamshell : 12%
4. Caja : 7%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla en todos los formatos de entrega. En segundo lugar, destaca la Marca Valle de San Pedro y el Clamshell.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla según los diferentes formatos de entrega. Estos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta.

Las calificaciones promedio para el segmento mayorista de Lo Valledor se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 13%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	2,75	2,75	ncm
Color	2,75	2,75	ncm
Mensaje	2,75	2,75	ncm
Atractivo	2,75	2,75	ncm
Posición	2,75	2,75	ncm
Total Ponderado Marca	**1,79**	**1,79**	

Caja (Relevancia 7%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	3,00	3,00	2,25
Tamaño	3,00	3,00	2,25
Color	3,00	3,00	2,25
Apilable	3,00	3,00	2,25
Capacidad	3,00	3,00	2,25
Sello de Calidad	3,00	3,00	2,25
Material	3,00	3,00	2,25
Total Ponderado Caja	**1,47**	**1,47**	**1,10**

Clamshell (Relevancia 12%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	2,75	2,75	ncc
Tamaño	3,00	3,00	ncc
Material	3,00	3,00	ncc
Etiqueta	3,00	3,00	ncc
Sello de Seguridad	3,00	3,00	ncc
Total Ponderado Clamshell	**1,77**	**1,77**	

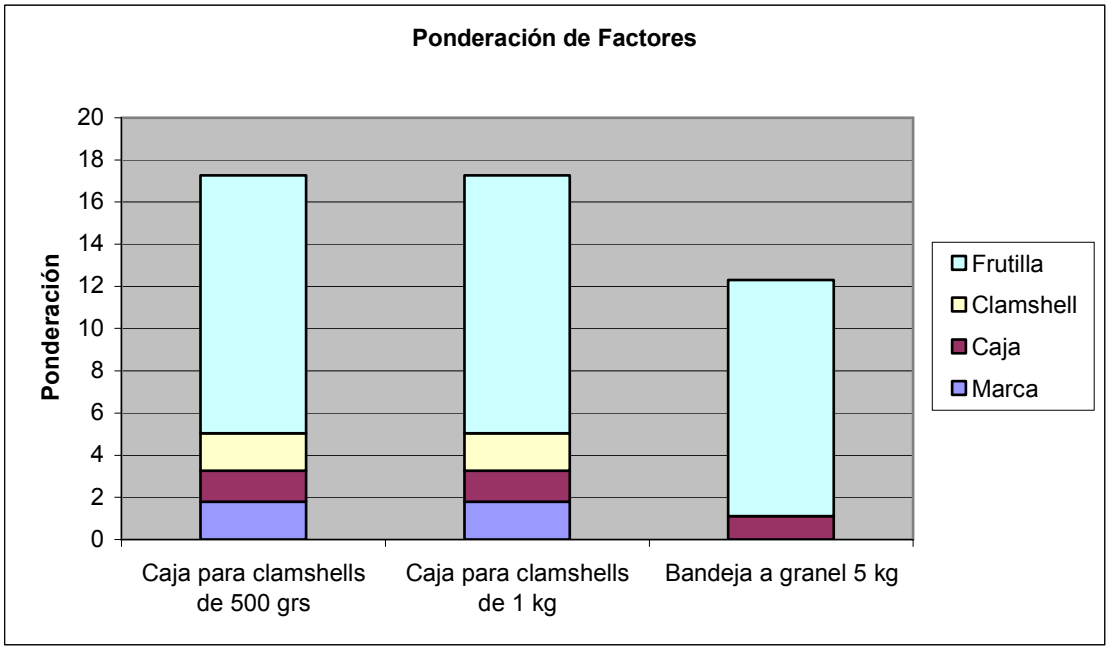
Frutilla (Relevancia 68%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	3,00	3,00	2,75
Sabor	3,00	3,00	2,75
Aroma	3,00	3,00	2,75
Frescura	3,00	3,00	2,75
Higiene	3,00	3,00	2,75
Tamaño	3,00	3,00	2,75
Total Ponderado Frutilla	**12,24**	**12,24**	**11,22**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**17,27**	**17,27**	**12,32**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = ∑ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. De esta forma, y mediante el grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.



Para los tres formatos, la calidad de la frutilla es el factor mas valorado por los mayoristas encuestados. No obstante, la percepción que tuvieron los comerciantes respecto de los otros factores evaluados fue positiva y valorada, en especial el formato de envase Clamshell de 500 gramos, por su comodidad para envasado y buena presentación para vender frutillas.

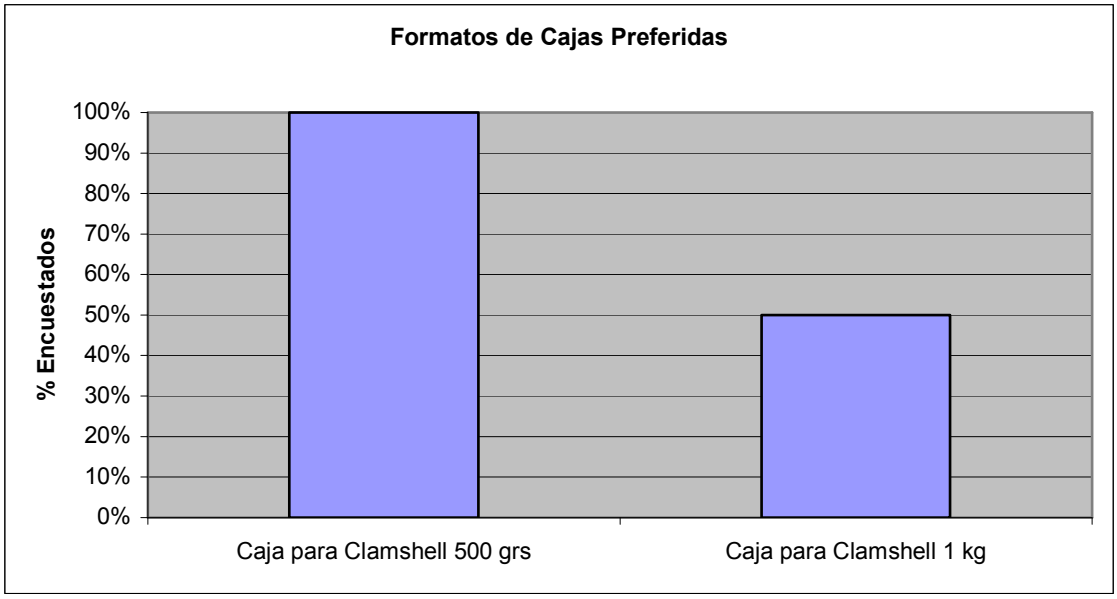
Respecto de las cajas para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo, los consultados no manifestaron diferencias importantes en ambos formatos en cuanto a sus aspectos y características de diseño. No así con la bandeja de 5 kilos con frutillas a granel, la cual no causo interés entre los mayoristas.

Finalmente, respecto a la marca Valle de San Pedro, se pudo observar que para los mayoristas encuestados en Lo Valledor, este factor es casi tan importante como los envases de clamshells. Esto obedece a que la mayoría de los encuestados conocen las frutillas de San Pedro y reconocen en ella un producto de calidad.

4. ¿Qué tipo de cajas para frutillas prefiere vender en su negocio?

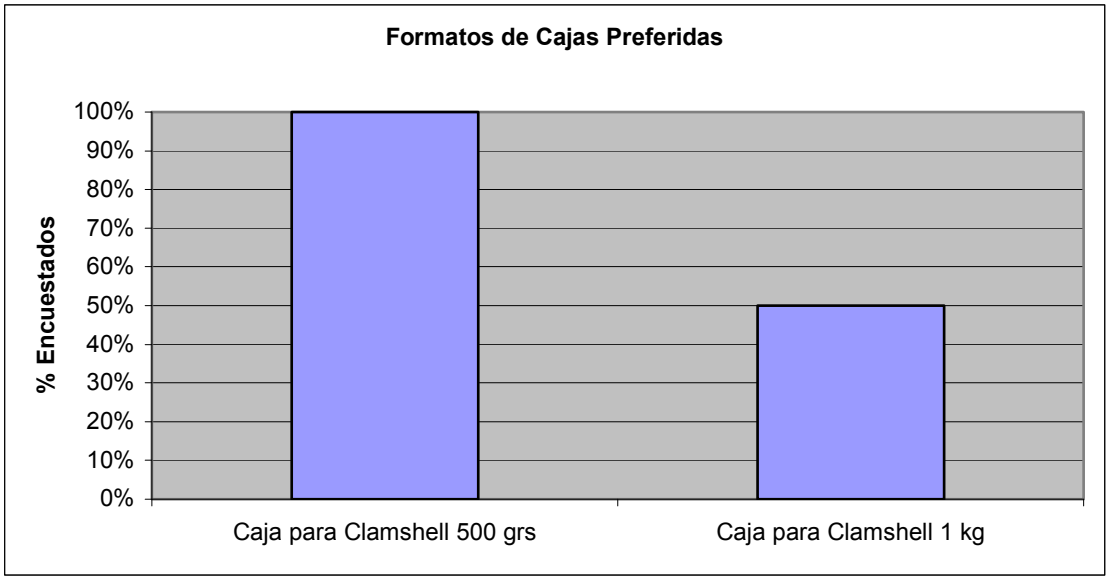
Ante la consulta de cual es el formato de cajas preferido para vender frutillas, el 100% de los encuestados prefiere la caja para clamshell de 500 grs. Mientras un 50% de estos prefieren el formato caja para clamshells de 1 kilo. El formato de bandeja a granel de 5 kilos no tuvo aceptación entre los comerciantes mayoristas consultados.

Según los mayoristas de Lo Valledor encuestados, estos prefieren la venta de frutillas envasadas en clamshells, ya que los asocian con una buena presentación del producto, y porque les permite vender las frutillas de forma mejor distribuida (por unidades de envase), a diferencia de la venta de frutillas a granel.



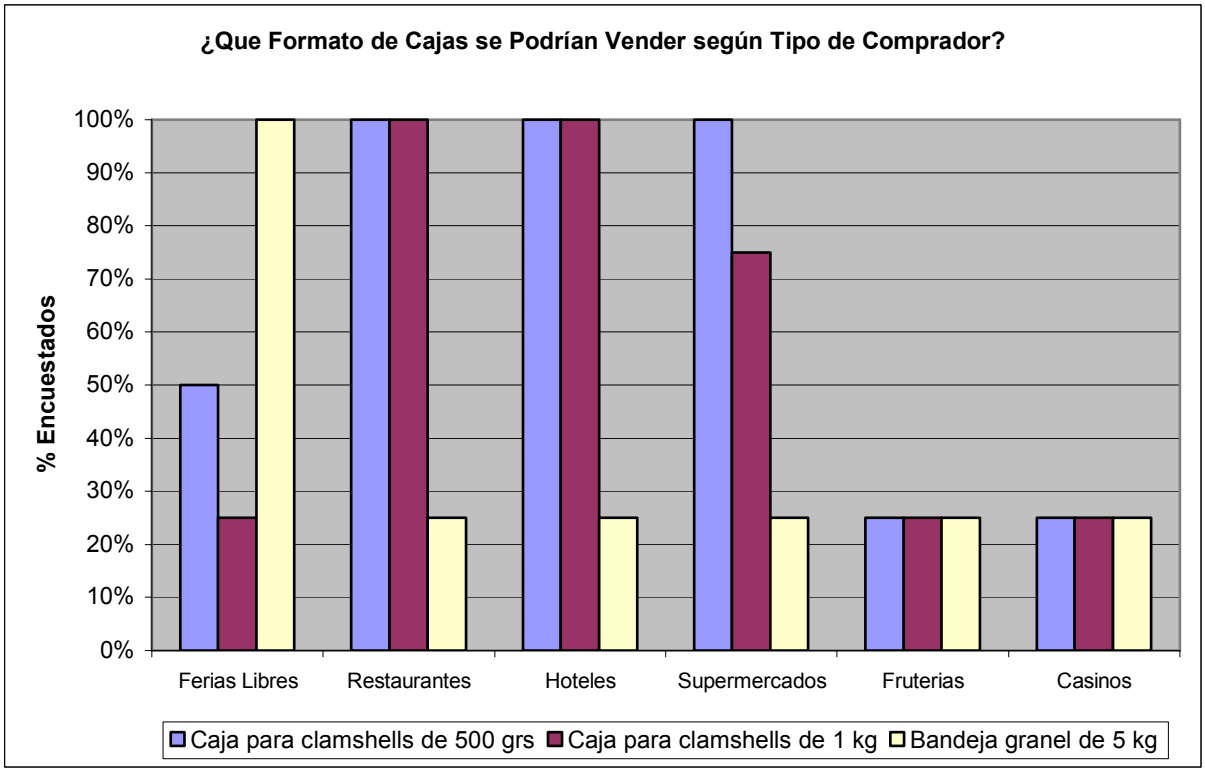
5. ¿Cuál creé Ud. que es la caja mas preferida por sus clientes?

Por otro lado, ante la consulta de que tipo de formato es el mas aceptado por sus clientes, el 100% de los mayoristas encuestados creen que es el formato caja para clamshell de 500 grs, y un 50% cree que es la caja para clamshells de 1 kilo.



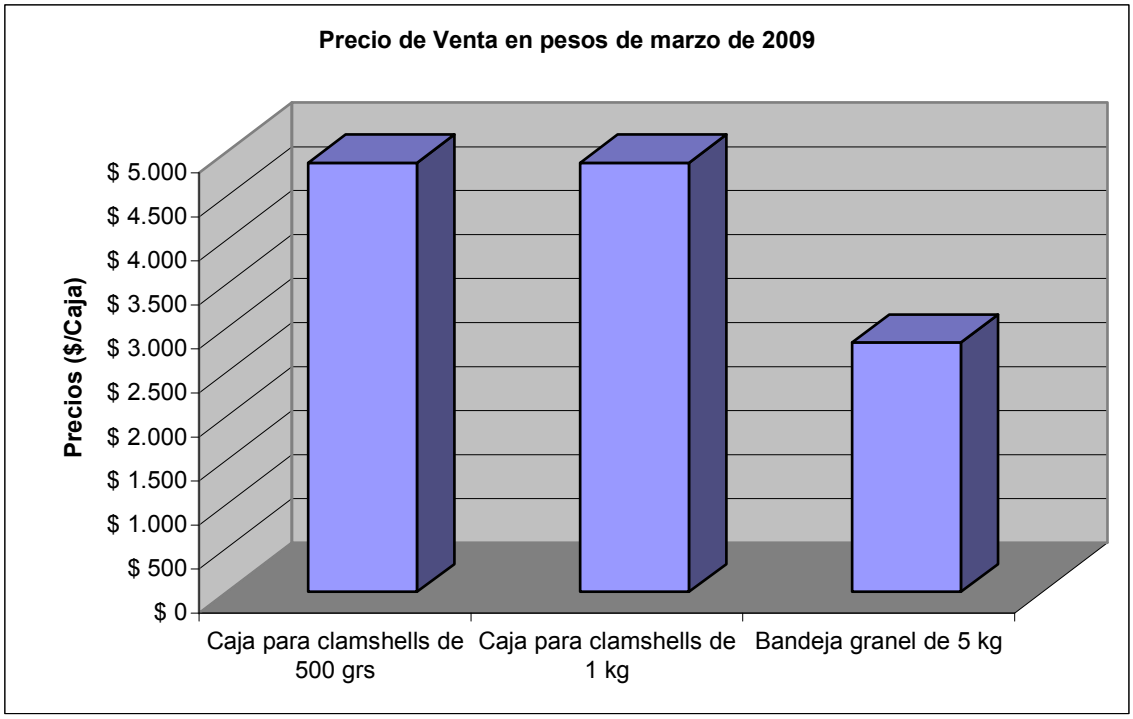
6. ¿Cuál de los tipos de cajas se podrían vender a los siguientes canales?

El 100% de los mayoristas consultados estiman que tanto la caja para clamshells de 500 grs como la caja para clamshell de 1 kg, por su estética y presentación de la frutilla envasada, se podrían vender muy bien a segmentos de hoteles, restaurantes y supermercados. En cambio, el formato de bandejas de 5 kg de frutillas para venta a granel, tendría mejor destino vendiéndola preferentemente a ferias libres.



7. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de cajas entregadas? (en pesos de marzo de 2009)

De acuerdo a los mayoristas encuestados, se obtuvo que el valor promedio de las cajas para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo fue de $4.875/caja, donde el precio mínimo observado fue de $4.000 la caja y el máximo de $5.500 la caja para ambos formatos. Para el formato de bandeja a granel de 5 kilos, el precio promedio observado fue de $2.830/bandeja, donde el precio mínimo fue de $2.000/bandeja y el valor máximo de $4.000/bandeja.



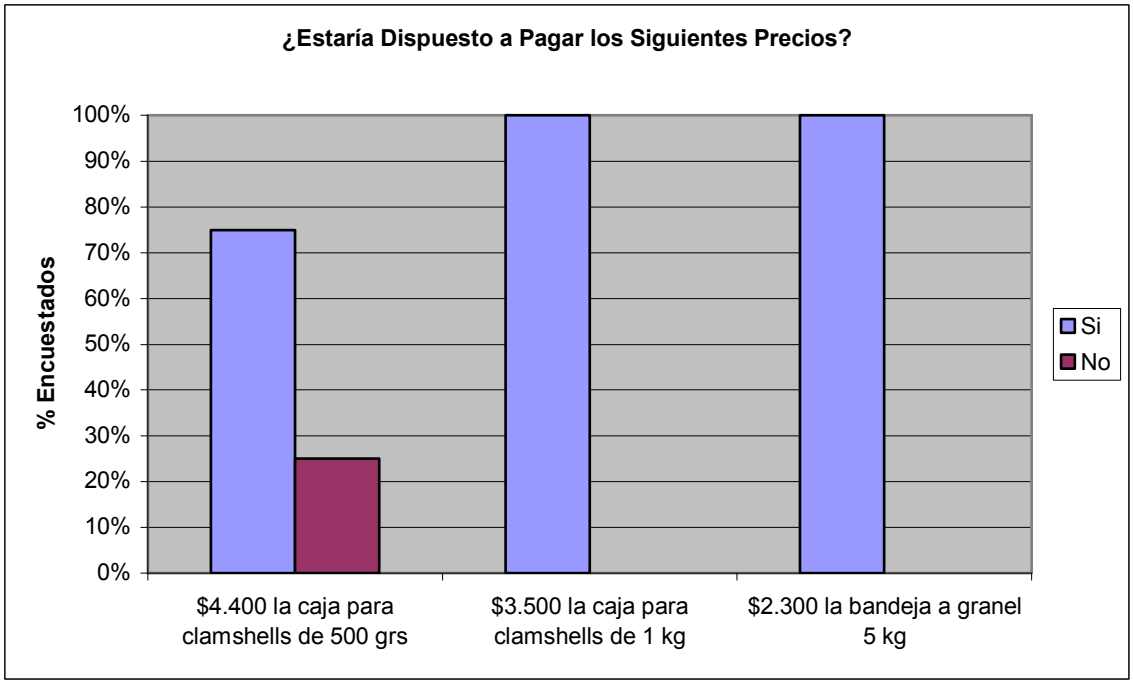
8. ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios para marzo?

Ante la consulta sobre si estarían dispuestos a pagar los siguientes valores[2] (estimados) para el mes de marzo por los siguientes formatos de cajas:

Caja para 10 clamshells de 500 gramos : $4.400/caja
Caja para 5 clamshells de 1 kilo : $3.500/caja
Bandeja para venta a granel de 5 kilos : $2.300/bandeja

La totalidad de los mayoristas encuestados afirmaron estar dispuestos a pagar $3.500 por la caja con los clamshells de 1 kilo y $2.300 por la bandeja de 5 kilos a granel. Mientras que un 75% estaría dispuesto a pagar $4.400 por la caja con los clamshells de 500 gramos.

[2] Precios estimados a partir del costo de las cajas, envases, etiquetas, y un costo de $400 por el kilo de frutillas para el mes de marzo.



9. ¿Le interesaría comprar frutillas del Valle de San Pedro?

La totalidad de los comerciantes encuestados afirmaron estar interesados en comprar frutillas del Valle de San Pedro. Los encuestados valoraron la calidad de la frutilla de San Pedro, su buena presentación, la calidad del embalaje, el lugar de procedencia (por ser conocida como zona productora de frutillas), y por considerarlo un buen producto para vender en su negocio.

10. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

Respecto al interés de los mayoristas encuestados por informarse de proveedores de frutillas para ampliar sus oportunidades de compras, un 75% de los consultados afirmaron no necesitar más antecedentes al respecto debido a su conocimiento de los lugares donde se producen las frutillas, especialmente la zona de San Pedro, la cual es conocida por los mayoristas de Lo Valledor. No obstante, todos los consultados manifestaron tener interés en contactarse con los proveedores de frutillas de San Pedro para que les puedan abastecer con frutillas frescas, según los tipos de formatos entregados como muestra: embaladas en cajas y envasadas en clamshells.

Compradores de Frutillas en Feria Mayorista Lo Valledor

Como forma adicional a la encuesta realizada a los comerciantes mayoristas, se efectuó una encuesta a compradores en la feria mayorista Lo Valledor, cuyo objetivo fue fundamentalmente conocer sus opiniones, percepciones y preferencias en relación a la frutilla de San Pedro.

La encuesta considero la toma de una muestra piloto conformada por compradores de frutillas de San Pedro (ferias libres, restaurantes, hoteles, verdulerías, entre otros), hombres y mujeres, para la aplicación de encuestas.

A continuación, se detalla una de las muestras piloto del estudio, de la cual se extrajo la información primaria de los compradores de frutillas, a partir de la aplicación de las encuestas:

N°	Identificación		Tipo comprador
	Nombre	Apellido	
1	Miguel	Aguirre	Feria Libre
2	Arturo	Roman	Restaurant
3	Fabian	Castillo	Almacen – verduleria
4	Mario	Bustamante	Almacen – verduleria
5	Sandra	Salas	Hoteles
6	Daniel	Garcia	Feria Libre
7	Fresia	Salgado	Almacen – verduleria - Casino

El análisis de la encuesta a los compradores en Lo Valledor se basa en los resultados obtenidos a partir de los cuestionarios aplicados, y tuvo como propósitos:

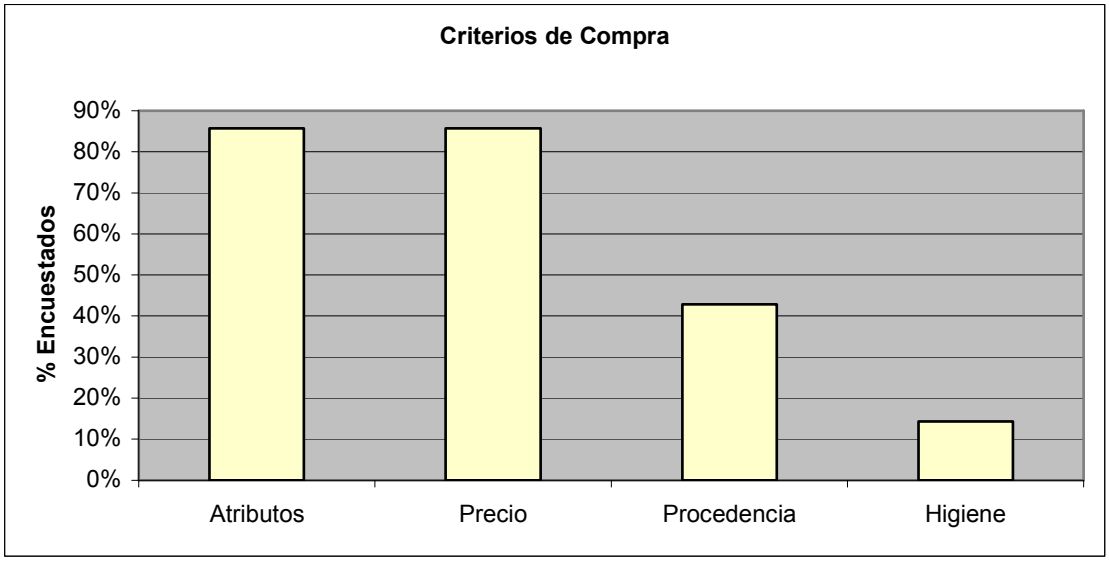
- Determinar los criterios de decisión de compra de los compradores en la feria Lo Valledor (ferias libres, restaurantes, hoteles, verdulerías, casinos, etc.).
- Determinar los formatos de compra de frutillas.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar preferencias por las cajas y los envases para la venta de frutillas de San Pedro: en clamshells de 500 gramos; en clamshells de 1 kilo; y venta de frutillas a granel.
- Conocer los precios de compra de las frutillas de San Pedro según formato.
- Determinar la disposición de pago por las frutillas de San Pedro.
- Conocer las opiniones e intereses de los compradores consultados.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

Se pudo observar que un 86% de los encuestados toma en cuenta los Atributos de la frutilla (color, aroma, sabor, tamaño) y el Precio al momento de comprarlas; mientras el 43% se fija en la Procedencia de la fruta, y un 14% se fija en la Higiene de las frutillas.

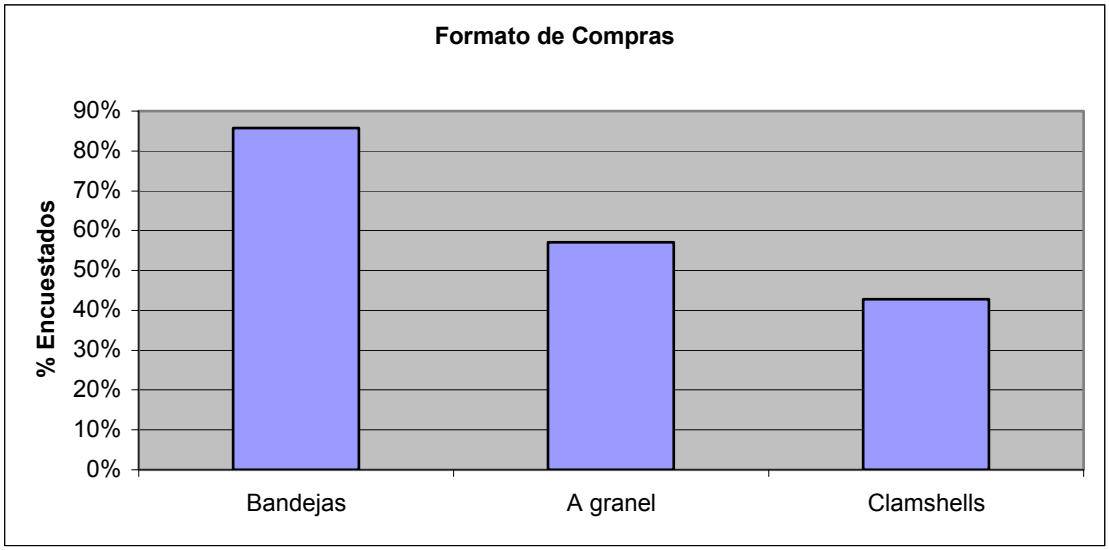
De lo anterior se puede decir que los atributos de la frutilla y el precio son los elementos de decisión más importantes al momento de la compra, lo siguen en importancia la procedencia e higiene de la fruta. Los demás factores como la caja, el envase y la etiqueta no son muy relevantes a la hora de comprar frutillas y esto se da principalmente porque según los encuestados los embalajes en que se venden las frutillas (bandejas plásticas) no son muy elaborados y son de una calidad conocida.



2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

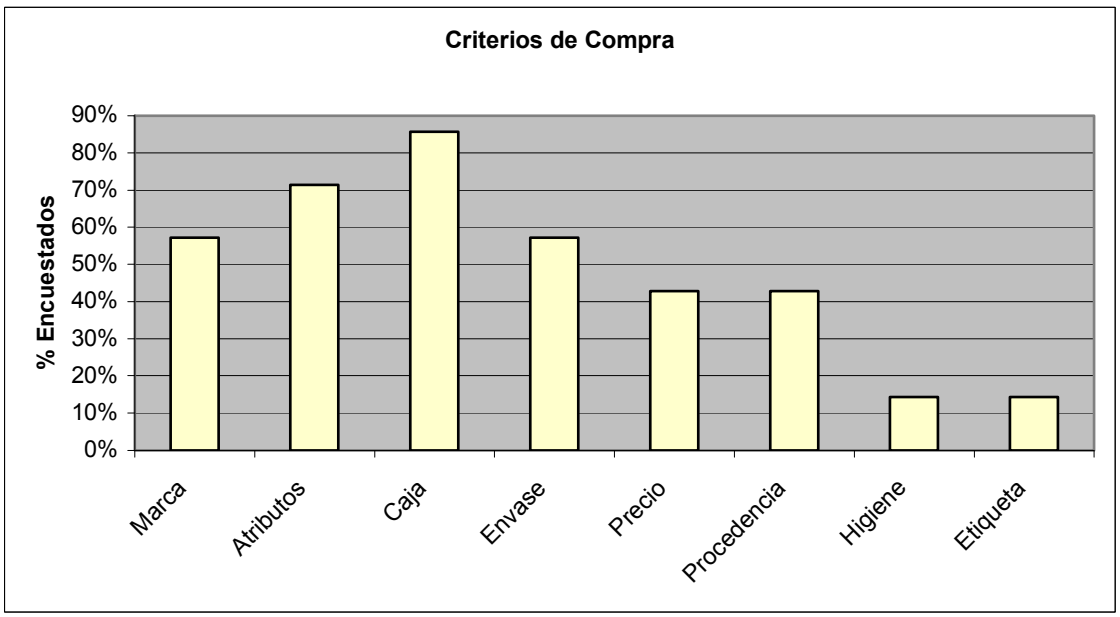
De los compradores encuestados, se observó que un 86% de estos compra habitualmente las frutillas en bandejas debido principalmente a que los consultados, en su mayoría trabajan en el rubro de ferias libres y dueños de almacenes y/o verdulerías, y aprovechan de utilizar las bandejas para la venta de frutillas en sus puestos de venta.

Mientras que el 43% compra las frutillas en clamshells. Quienes lo hacen, son compradores que trabajan principalmente en el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Casinos).



3. ¿En que se fijó al momento de comprar frutillas de San Pedro?

Las preferencias de los compradores, al momento de adquirir frutillas de San Pedro, determinaron la existencia de factores que cobraron importancia al momento de la compra, estos son, principalmente, los formatos de las cajas entregadas, las cuales resultaron novedosas para los compradores; los atributos de calidad de la frutilla; la marca Valle de San Pedro; y los envases en clamshells, ya que estos elementos resultaron llamativos para los compradores.



4. Orden de importancia de los factores que componen el producto final: Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

Se pondero el grado de importancia que le otorga el comprador de frutillas de San Pedro, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los compradores en Lo Valledor, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 71%
2. Marca : 12%
3. Caja : 10%
4. Clamshell : 7%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla en todos los formatos de entrega. En segundo lugar, destaca la Marca Valle de San Pedro y la Caja.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla según los diferentes formatos de entrega. Estos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta.

Las calificaciones promedio para el segmento de compradores en Lo Valledor se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 12%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	3,00	3,00	ncm
Color	3,00	3,00	ncm
Mensaje	3,00	3,00	ncm
Atractivo	3,00	3,00	ncm
Posición	3,00	3,00	ncm
Total Ponderado Marca	**1,80**	**1,80**	

Caja (Relevancia 10%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	3,00	3,00	2,70
Tamaño	3,00	3,00	2,70
Color	3,00	3,00	2,70
Apilable	3,00	3,00	2,70
Capacidad	3,00	3,00	2,70
Sello de Calidad	3,00	3,00	2,70
Material	3,00	3,00	2,70
Total Ponderado Caja	**2,10**	**2,10**	**1,89**

Clamshell (Relevancia 7%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	2,70	2,70	ncc
Tamaño	2,70	2,70	ncc
Material	2,70	2,70	ncc
Etiqueta	2,70	2,70	ncc
Sello de Seguridad	2,70	2,70	ncc
Total Ponderado Clamshell	**0,95**	**0,95**	

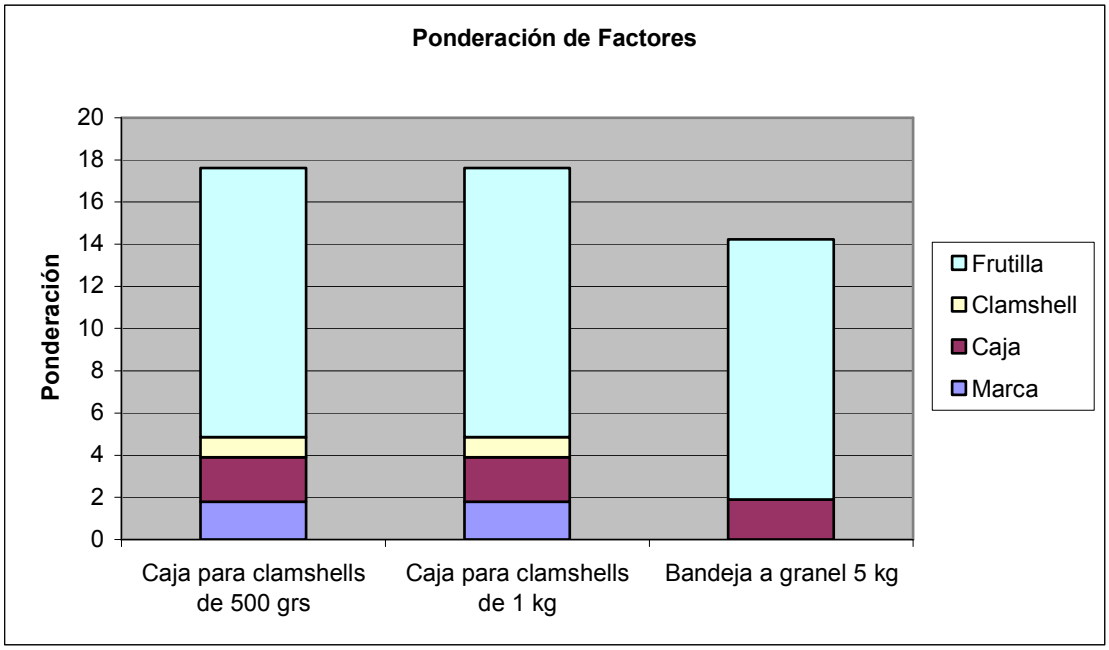
Frutilla (Relevancia 71%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	3,00	3,00	2,90
Sabor	3,00	3,00	2,90
Aroma	3,00	3,00	2,90
Frescura	3,00	3,00	2,90
Higiene	3,00	3,00	2,90
Tamaño	3,00	3,00	2,90
Total Ponderado Frutilla	**12,78**	**12,78**	**12,35**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**17,63**	**17,63**	**14,24**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = ∑ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. De esta forma, y mediante el grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.

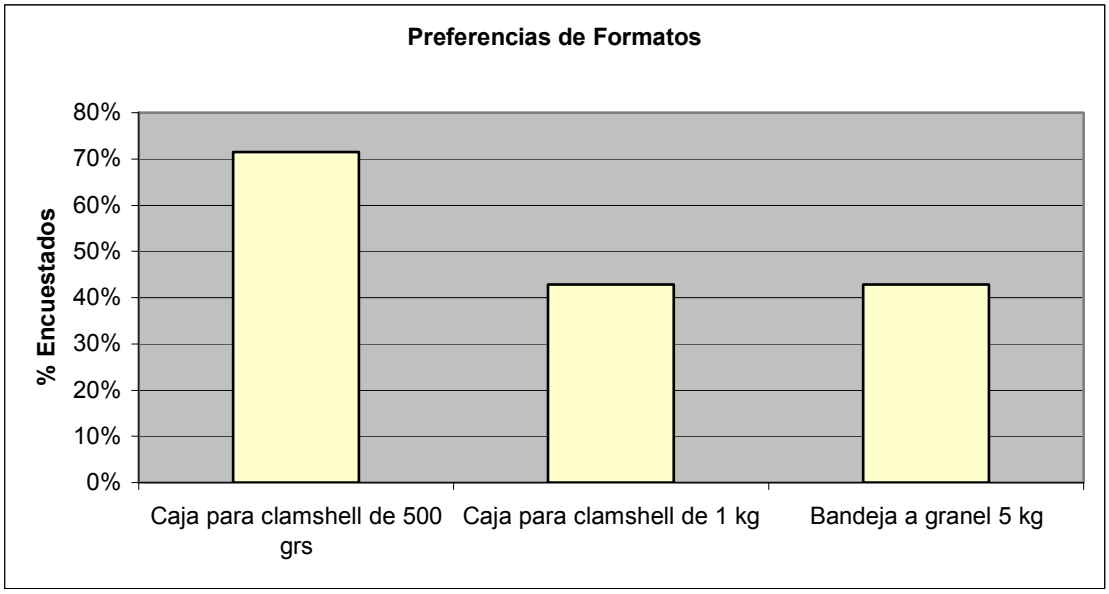


Para los tres formatos, los atributos de calidad de la frutilla son el factor mas valorado por los compradores encuestados. No obstante, la percepción que tuvieron los encuestados respecto de los otros factores evaluados fue positiva, en especial los formatos de las cajas y la marca Valle de San Pedro.

Prácticamente la totalidad de los encuestados calificó con la nota más alta a todos los atributos de los distintos factores del producto en sus diferentes formatos, esto debido a que encontraron muy buena la presentación del producto en lo que se refiere a la calidad de la frutilla, el medio de embalaje, el envasado en clamshell y la marca Valle de San Pedro.

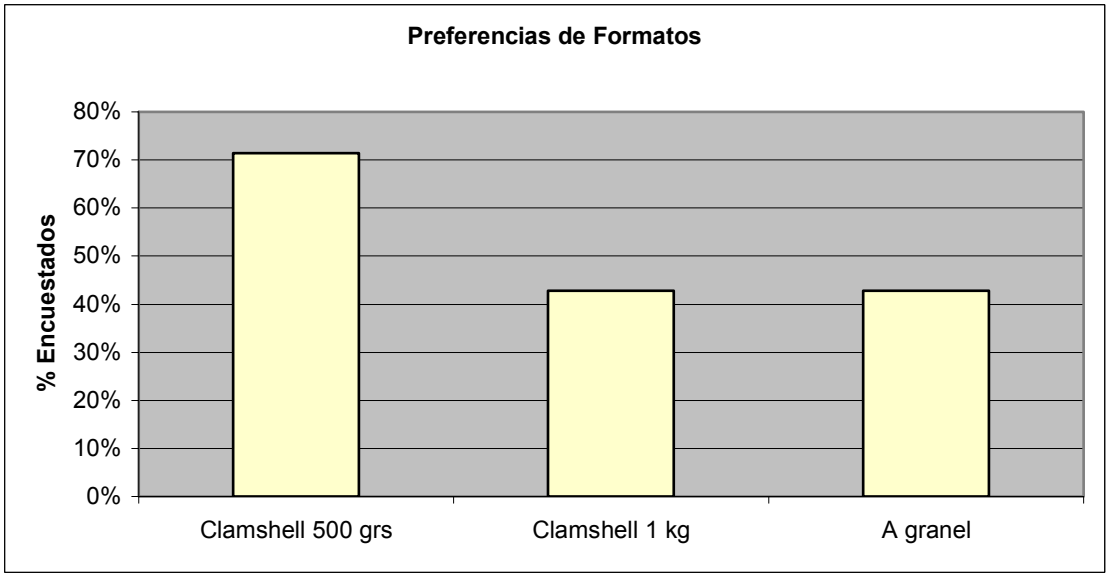
5. ¿Qué tipo de caja prefiere para comprar frutillas?

El 71% de la muestra señala que prefiere comprar frutillas en caja para clamshell de 500 grs., mientras un 43% de los encuestados señalan que prefiere la bandeja a granel de 5 kg. y las cajas para clamshells de 1 kg.



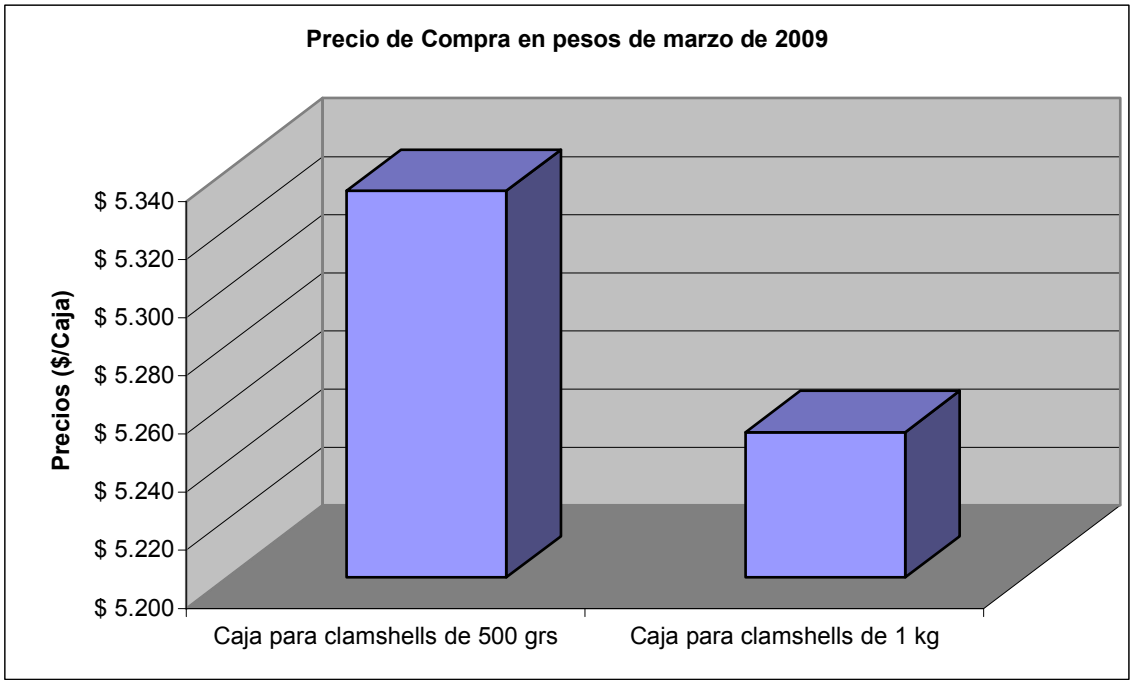
6. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere?

La mayoría de los compradores encuestados, señalaron que prefieren adquirir las frutillas en clamshells de 500 grs. debido a que estos, en su mayoría (ferianos y verduleros), buscan este formato de clamshell para poder vender las frutillas en porciones separadas en sus puestos de venta.



7. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de caja comprada?[3] (en pesos de marzo de 2009)

De acuerdo a los compradores encuestados, se obtuvo que el valor promedio pagado por las cajas para clamshells de 500 gramos fue de $5.333/caja. Mientras que el valor promedio pagado por las cajas para clamshells de 1 kilo fue de $5.250/caja.



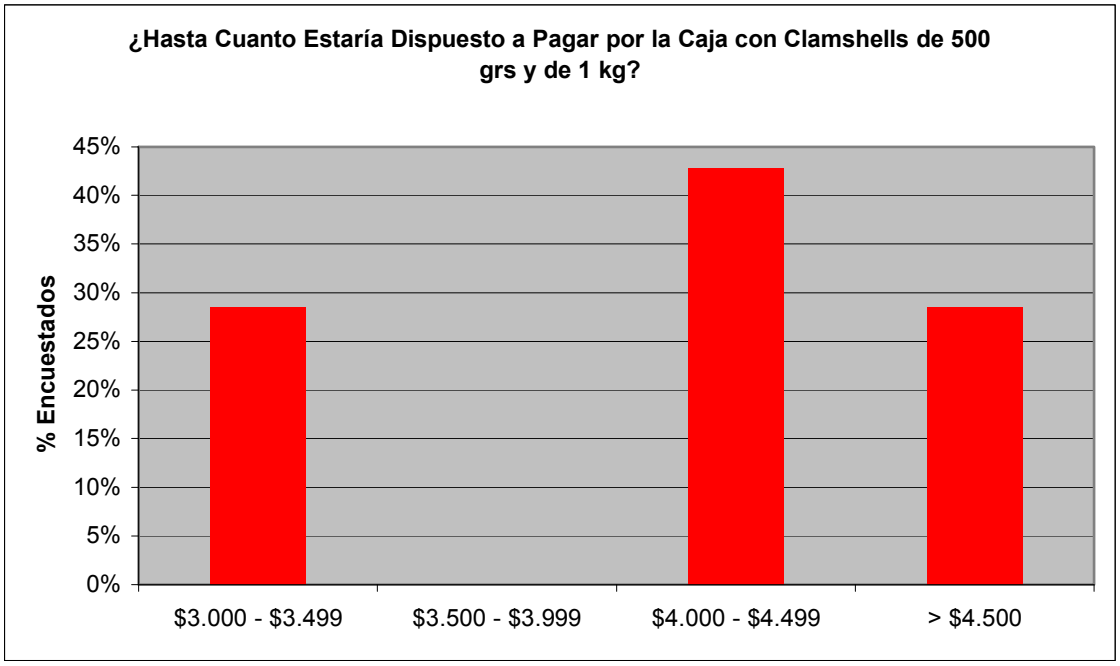
8. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de caja? (en pesos de marzo de 2009)

Un 43% de la muestra manifestó que estaría dispuesto a pagar entre $4.000 y $4.499 por las cajas con clamshells de 500 gramos y de 1 kilo; el 29% afirmó que pagarían entre $3.000 y $3.499; mientras que el 29% restante manifestó que pagaría más de $4.500 por ambos formatos[4].

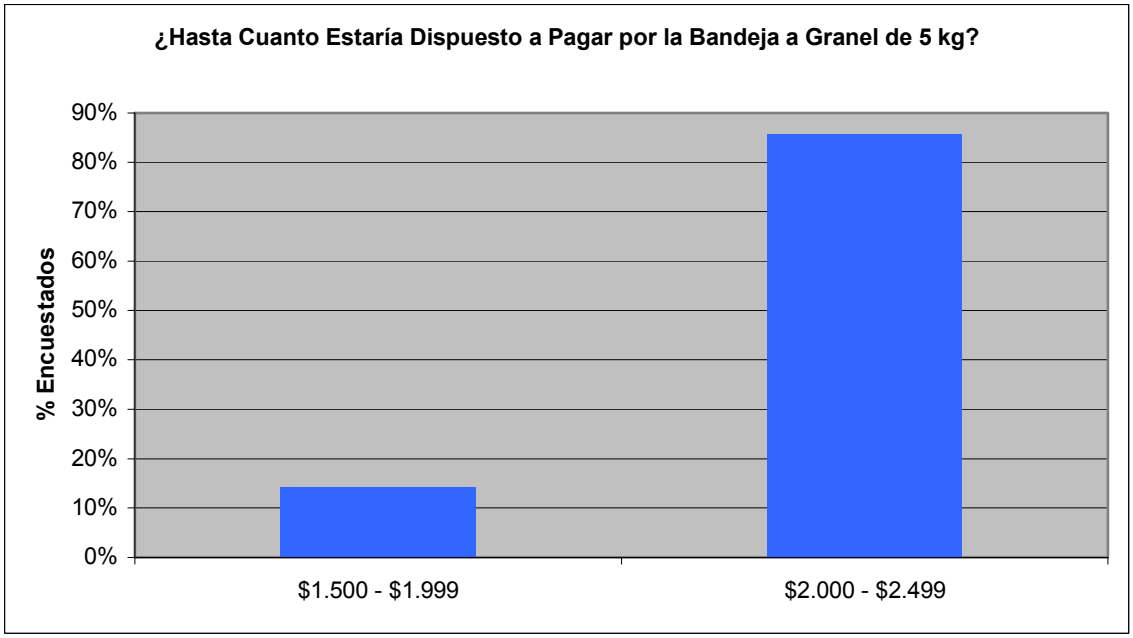
Claramente se observa que más del 70% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de $4.000 por la caja para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo, lo cual es una señal de alta valoración que el consumidor le otorga a este producto.

[3] En la feria Lo Valledor, no se pudo entrevistar a un comprador que haya adquirido frutillas en bandejas a granel de 5 kg, pero según datos aportados por un locatario que participó en la venta de las frutillas de San Pedro, se pudo saber que vendió este formato en $2.500 la bandeja.

[4] Los compradores de frutillas, en esta ocasión, no hicieron diferenciación entre los cajas que tenían clamshells (de 500 grs. y de 1 kg.), y es por esto que le asignaron el mismo precio al que estarían dispuestos a pagar por ambos formatos.



Un 86% de la muestra manifestó que estaría dispuesto a pagar entre $2.000 y $2.499 por la bandeja de 5 kilos a granel, mientras que el 14% afirmó que pagarían entre $1.500 y $1.999 por este formato. Nuevamente se constata el hecho de que los encuestados tuvieron una alta apreciación por la frutilla de San Pedro.



Claramente, se observa que este es el formato más económico por el cual se estaría dispuesto a pagar, y tal como se analizo anteriormente, fue el formato que a más bajo precio se vendió, debido principalmente a su sencillez y por el poco valor agregado que ofrece dicho formato.

9. ¿Compraría Frutillas si se mantuviese el precio constante en el año?

El 100% de los encuestados manifestó que compraría frutillas a un precio constante en el año, siempre y cuando les resultara conveniente para temporada alta y baja, pero manifestaron que es difícil mantener el precio constante debido a la oferta y demanda que se produce durante el año, marcándose una importante diferencia en el precio en temporada alta con respecto a la temporada baja.

10. Si la marca Valle de San Pedro es segura, ¿La seguiría comprando?

El 100% de los compradores encuestados manifestó que seguiría comprando esta marca mientras sea segura y que esta condición se mantenga en el tiempo.

11. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

El 100% de la muestra consultada, afirmó que les interesaría una oferta habitual de frutillas de esta zona, porque se asegurarían un stock permanente durante el año y porque tendrían otra alternativa donde comprar la fruta por sobre el monopolio que tienen algunas empresas que abastecen frutillas durante todo el año.

Resultados Logrados

Armifrut. Local 692

Juan Latorre Espinoza. Local 754

Frutas Teo. Local 489

Mercado Mayorista Vega Central

Se realizo la entrega de frutillas de San Pedro de Melipilla a cuatro locales mayoristas de la Vega Central, como parte de la ejecución de las actividades promocionales que forman parte del plan de marketing de la frutilla de San Pedro, el cual se llevo a cabo como plan piloto, y que consistió en someter el producto a prueba comercial, testeo de las frutillas, cajas y envases, promoción y venta final, en tres tipos de formatos:

- Cajas con 10 clamshells de 500 gramos cada una
- Cajas con 5 clamshells de 1 kilo cada una
- Bandejas con 5 kilos de frutillas a granel

Junto con la entrega de las frutillas de muestra a los mayoristas para su promoción y venta, y con el objeto de fidelizar a los comerciantes con la frutilla de San Pedro, se les obsequiaron productos con la imagen de la frutilla de San Pedro: gorros, delantales, tazones y pad mouse.

Posteriormente, se realizaron encuestas a los mayoristas que recibieron las frutillas de muestra para su promoción y venta.

Las encuestas realizadas a los comerciantes de La Vega Central tuvieron como propósito determinar percepciones, preferencias y opiniones de los comerciantes en relación al producto de prueba, la frutilla de San Pedro.

Los puestos mayoristas seleccionados para la prueba en la Vega Central fueron:

- Puesto N°1: Blanca Aguilar. El Atajo de Til Til, Av. La Paz 289
- Puesto N°2: George Kharoufeh. Distribuidora George Kharoufeh, Av. La Paz 264
- Puesto N°3: Wilheim Valenzuela. Frutas W.V. & H., Antonio López de Bello 860
- Puesto N°4: Isabel de la Cruz Venegas Bustamante, Salas 214

El análisis de las actividades desarrolladas en la Vega Central se basa en los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los comerciantes de puestos de frutas definidos, y tuvo como propósitos:

- Determinar los principales compradores de frutillas de San Pedro.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar la preferencia de las cajas para la venta de frutillas de San Pedro: en cajas para clamshells de 500 gramos; cajas para clamshells de 1 kilo; y en bandejas para venta de frutillas a granel de 5 kilos.
- Conocer los precios de venta de las frutillas de San Pedro según formato de venta.
- Determinar la disposición de pago por las frutillas de San Pedro
- Conocer las opiniones e intereses de los mayoristas consultados.

Los resultados obtenidos con la toma de encuestas a los locatarios mayoristas de la Vega Central son las siguientes:

1. ¿Quiénes compraron las frutillas de San Pedro?

De acuerdo a los mayoristas encuestados, los compradores de frutillas de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres, empresas distribuidoras y particulares que son muy habituales en las compras de fin de semana.

2. ¿Cuántas frutillas de San Pedro le compraron?

En relación a los volúmenes de compra, los mayoristas de la Vega Central vendieron las frutillas de San Pedro principalmente a ferias libres y empresas distribuidoras. Los menores volúmenes se vendieron a público particular.

3. Orden de importancia de los factores que componen el producto final: Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

Se ponderó el grado de importancia que le otorga el comerciante mayorista de la Vega Central, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los mayoristas, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 40%
2. Clamshell : 40%
3. Caja : 15%
4. Marca : 5%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla en todos los formatos de entrega junto con el envase tipo Clamshell. En segundo lugar de importancia destaca la caja, y con el menor porcentaje de relevancia, la Marca Valle de San Pedro.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla según los diferentes formatos de entrega. Estos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta. Las calificaciones promedio para el segmento mayorista de la Vega Central se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 5%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	3,00	3,00	ncm
Color	3,00	3,00	ncm
Mensaje	3,00	3,00	ncm
Atractivo	3,00	3,00	ncm
Posición	3,00	3,00	ncm
Total Ponderado Marca	**0,75**	**0,75**	

Caja (Relevancia 15%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	3,00	3,00	3,00
Tamaño	3,00	3,00	3,00
Color	3,00	3,00	3,00
Apilable	3,00	3,00	3,00
Capacidad	3,00	3,00	3,00
Sello de Calidad	3,00	3,00	3,00
Material	3,00	3,00	3,00
Total Ponderado Caja	**3,15**	**3,15**	**3,15**

Clamshell (Relevancia 40%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	3,00	3,0	ncc
Tamaño	3,00	3,0	ncc
Material	3,00	3,0	ncc
Etiqueta	3,00	3,0	ncc
Sello de Seguridad	2,00	2,0	ncc
Total Ponderado Clamshell	**5,60**	**5,60**	

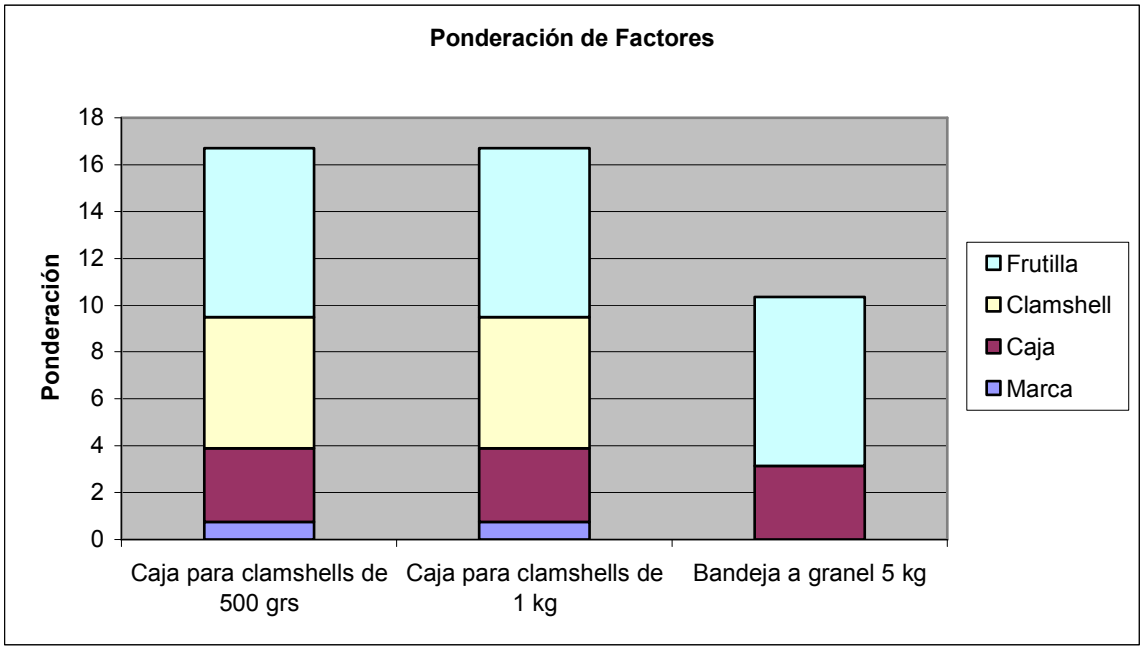
Frutilla (Relevancia 40%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	3,00	3,00	3,00
Sabor	3,00	3,00	3,00
Aroma	3,00	3,00	3,00
Frescura	3,00	3,00	3,00
Higiene	3,00	3,00	3,00
Tamaño	3,00	3,00	3,00
Total Ponderado Frutilla	**7,20**	**7,20**	**7,20**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**16,70**	**16,70**	**10,35**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = ∑ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. De esta forma, y mediante el grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.



Según la matriz, la frutilla y el clamshell fueron los factores más relevantes de acuerdo a la puntuación en todos los formatos (con una excepción en la bandeja a granel, la cual por sus características no contiene clamshells).

Las calificaciones obtenidas por los atributos en todos los factores fueron positivas. La excepción se presento con el sello de calidad presente en los clamshells, debido a que con el frío de la mañana durante las entregas, algunos de ellos se despegaron y tanto el comerciante como el cliente lo notaron.

Respecto a las cajas, los encuestados valoraron su presentación como producto novedoso y atractivo, el cual contribuyo para una rápida venta del producto.

Finalmente, la marca Valle de San Pedro, pese a la buena apreciación que dieron los encuestados a sus atributos, no fue un factor relevante para el comerciante, a diferencia de los mayoristas de Lo Valledor quienes le otorgaron mayor importancia a este elemento.

4. ¿Qué tipo de caja para frutillas prefiere vender en su negocio?

El 100% de los mayoristas encuestados prefieren la caja para clamshells de 500 gramos para vender en su negocio por considerarla más práctica, cómoda y llamativa.

5 ¿Cuál cree Ud. que es la caja mas preferida por sus clientes?

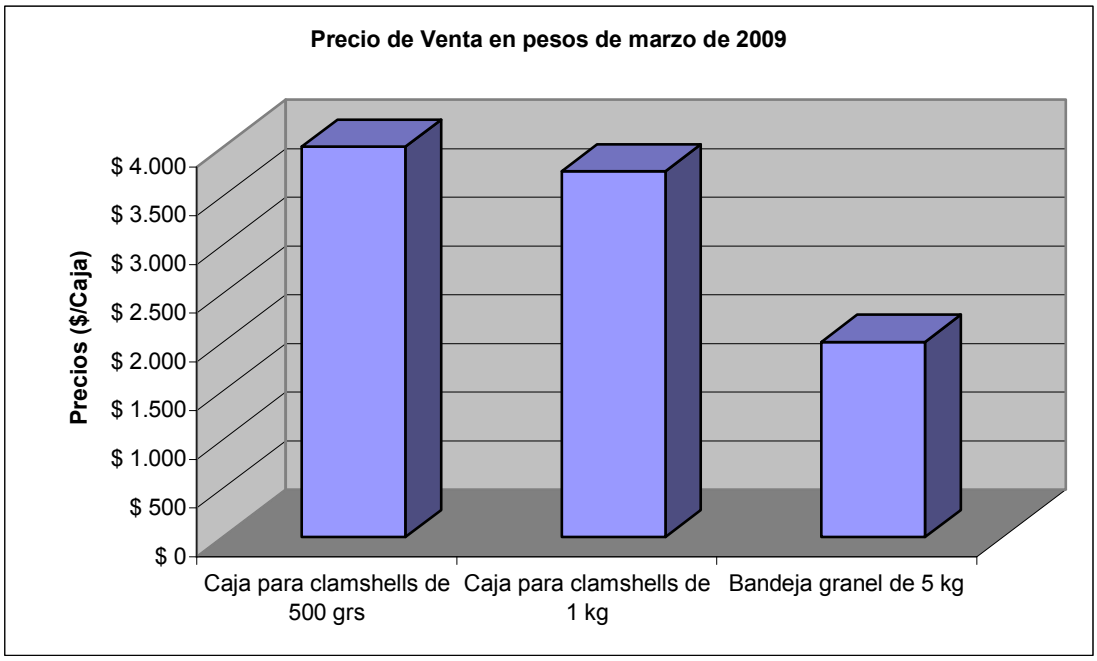
La totalidad de los encuestados afirmaron que la caja mas preferida por sus clientes es la caja para clamshells de 500 gramos.

6. ¿Cuál de los tipos de cajas se podrían vender a los siguientes canales?

En base a los clientes que compran frutillas a los mayoristas encuestados, el 100% de estos últimos estiman que tanto la caja para clamshells de 500 gramos como la caja para clamshell de 1 kilo, por la calidad de su presentación, se podría vender muy bien a supermercados y ferias libres. En cambio, el formato de bandejas de 5 kg de frutillas para venta a granel, tendría mejor destino vendiéndola preferentemente a ferias libres.

7. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de cajas entregadas? (en pesos de marzo de 2009)

De acuerdo a los mayoristas de la Vega encuestados, se obtuvo que el valor promedio de venta de las cajas para clamshells de 500 gramos fue de $4.000 la caja; para las cajas con clamshells de 1 kilo fue de $3.750 la caja; y para el formato de bandeja a granel de 5 kilos, el precio de venta promedio observado fue de $2.000 la bandeja.

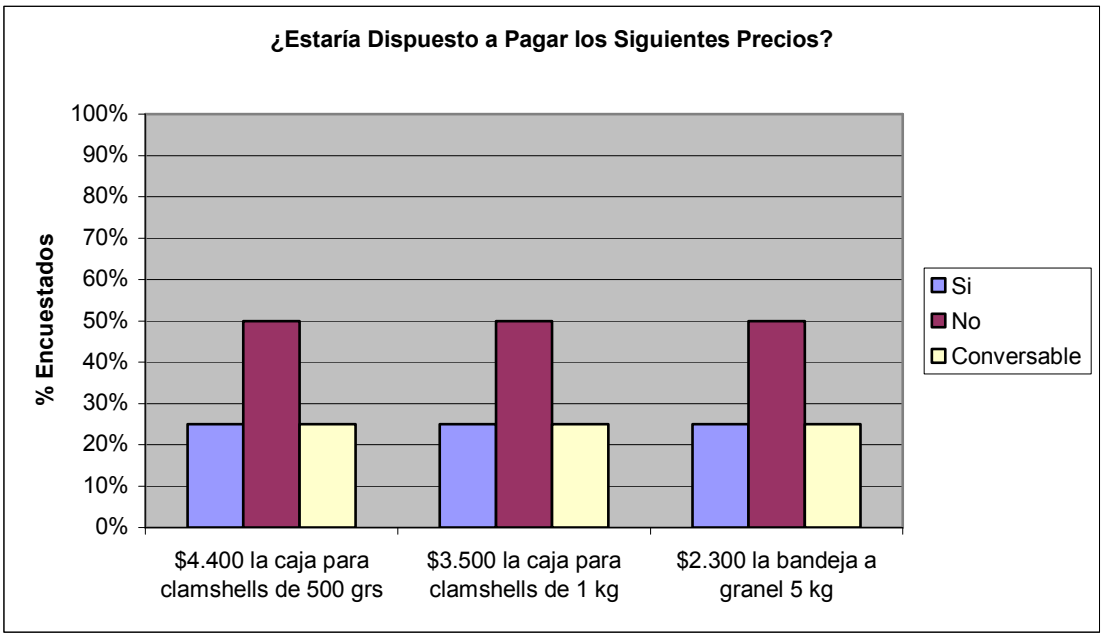


8. ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios para marzo?

Ante la consulta sobre si estarían dispuestos a pagar los siguientes valores[5] (estimados) para el mes de marzo por los siguientes formatos de cajas:

Caja para 10 clamshells de 500 gramos : $4.400/caja
Caja para 5 clamshells de 1 kilo : $3.500/caja
Bandeja para venta a granel de 5 kilos : $2.300/bandeja

El 50% de los mayoristas encuestados afirmaron no estar dispuestos a pagar estos precios; el 25% cree que estos valores a pagar son conversables ya que estiman que los precios no son constantes en el tiempo; y el restante 25% opinó estar de acuerdo con los precios propuestos para negociar.



9. ¿Le interesaría comprar frutillas del Valle de San Pedro?

El 100% de los encuestados afirmaron que si comprarían frutillas de San Pedro, destacando que sería un negocio rentable con una buena aceptación del cliente

10. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

Los encuestados afirmaron que si necesitan información de proveedores de frutillas, ya que para ellos es importante cumplir con las exigencias que se les imponen para seguir siendo competitivos. Además, señalaron que para vender a clientes más exigentes, como el caso de restaurantes, estos les exigen la resolución sanitaria de los productos.

[5] Precios estimados a partir del costo de las cajas, envases, etiquetas, y un costo de $400 por el kilo de frutillas para el mes de marzo.

Compradores de Frutillas en Mercado Vega Central

Como forma adicional a la encuesta realizada a comerciantes mayoristas, se efectuó una encuesta dirigida a compradores en la Vega Central cuyo objetivo fue fundamentalmente conocer sus opiniones, percepciones y preferencias en relación a la frutilla de San Pedro.

La encuesta considero la toma de una muestra piloto conformada por compradores de frutillas de San Pedro, hombres y mujeres, para la aplicación de encuestas.

A continuación, se detalla una de las muestras piloto del estudio, de la cual se extrajo la información primaria de los compradores de frutillas, a partir de la aplicación de las encuestas:

N°	Identificación		Tipo comprador
	Nombre	Apellido	
1	Miguel	Jorquera	Particular
2	Yolanda	Miranda	Particular
3	Juan	Orellana	Particular
4	Rosa	Bulboa	Particular

El análisis de la encuesta a los compradores en la Vega Central se basa en los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas, y tuvo como propósitos:

- Determinar los criterios de decisión de compra de los compradores en la Vega Central.
- Determinar los formatos de compra de frutillas.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar preferencias por las cajas y los envases para la venta de frutillas de San Pedro: en clamshells de 500 gramos; en clamshells de 1 kilo; y venta de frutillas a granel.
- Conocer los precios de compra de las frutillas de San Pedro según formato.
- Determinar la disposición de pago por las frutillas de San Pedro.
- Conocer las opiniones e intereses de los compradores consultados.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

Se pudo observar que el 100% de los encuestados al momento de comprar frutillas, toman en cuenta los atributos de calidad de la frutilla (color, aroma, sabor, tamaño), el precio de venta al momento de comprarlas; la calidad higiénica de la frutilla; y la presentación de las cajas.

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

De los compradores encuestados en la Vega Central, se observó que el 100% de estos compran habitualmente las frutillas en bandejas y a granel.

3. ¿En que se fijo al momento de comprar frutillas de San Pedro?

El 100% de los compradores encuestados, determinó que sus preferencias al momento de adquirir frutillas de San Pedro fueron los formatos de las cajas entregadas, las cuales resultaron novedosas para los compradores; los atributos de calidad de la frutilla de San Pedro; la calidad higiénica de la frutilla; su precio de venta; y los envases en clamshells (de 500 gramos y de 1 kilo).

4. Orden de importancia de los factores que componen el producto final: Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

Se pondero el grado de importancia que le otorga el comprador de frutillas de San Pedro, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los compradores, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 77%
2. Caja : 10%
3. Clamshell : 8%
4. Marca : 5%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla en todos los formatos de entrega. En segundo lugar, destacan la caja y el clamshell. Con menor importancia figura con la misma ponderación la Marca.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla según los diferentes formatos de entrega. Estos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta. Los resultados promedio para el segmento de compradores en la Vega Central se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 5%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	3,00	3,00	ncm
Color	3,00	3,00	ncm
Mensaje	3,00	3,00	ncm
Atractivo	3,00	3,00	ncm
Posición	3,00	3,00	ncm
Total Ponderado Marca	**0,75**	**0,75**	

Caja (Relevancia 10%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	3,00	3,00	3,00
Tamaño	3,00	3,00	3,00
Color	3,00	3,00	3,00
Apilable	3,00	3,00	3,00
Capacidad	3,00	3,00	3,00
Sello de Calidad	3,00	3,00	3,00
Material	3,00	3,00	3,00
Total Ponderado Caja	**2,10**	**2,10**	**2,10**

Clamshell (Relevancia 8%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	3,00	3,0	ncc
Tamaño	3,00	3,0	ncc
Material	3,00	3,0	ncc
Etiqueta	3,00	3,0	ncc
Sello de Seguridad	2,00	2,0	ncc
Total Ponderado Clamshell	**1,12**	**1,12**	

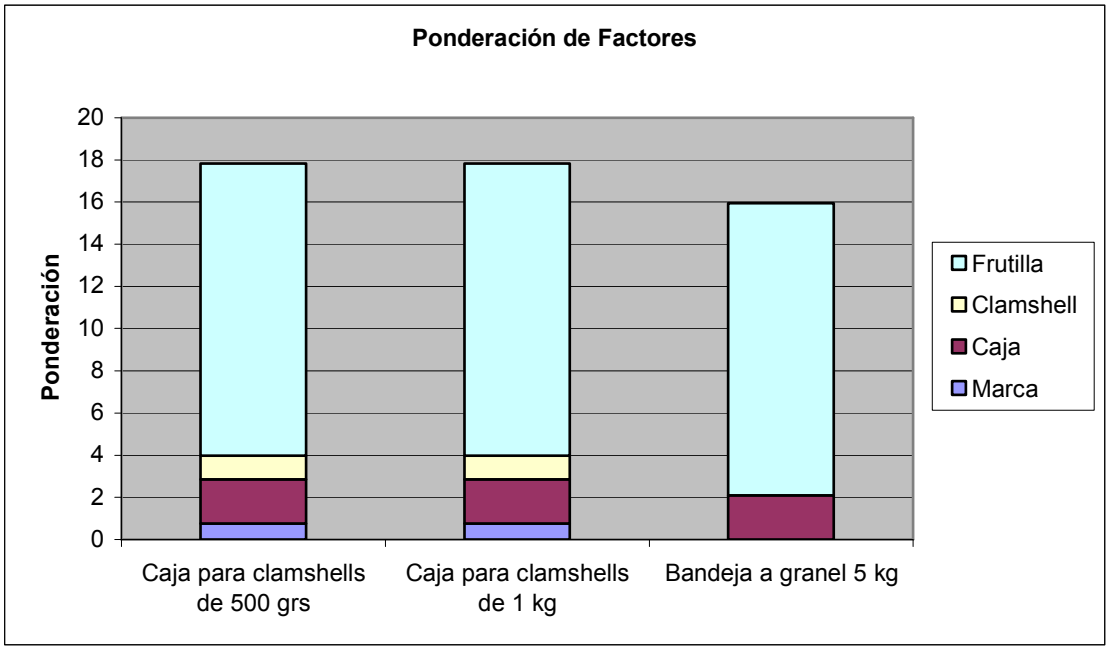
Frutilla (Relevancia 77%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	3,00	3,00	3,00
Sabor	3,00	3,00	3,00
Aroma	3,00	3,00	3,00
Frescura	3,00	3,00	3,00
Higiene	3,00	3,00	3,00
Tamaño	3,00	3,00	3,00
Total Ponderado Frutilla	**13,86**	**13,86**	**13,86**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**17,83**	**17,83**	**15,96**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = ∑ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. De esta forma, y mediante el grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.



Para los tres formatos, los atributos de calidad de la frutilla son el factor más relevante por los compradores encuestados. No obstante, la percepción que tuvieron los compradores respecto de los otros factores evaluados fue positiva, en especial los formatos de las cajas.

Prácticamente la totalidad de los encuestados calificó con la nota más alta a todos los atributos de los distintos factores del producto en sus diferentes formatos, esto debido a que encontraron muy buena la presentación del producto en lo que se refiere a la calidad de la frutilla, el envase tipo clamshell, y el medio de embalaje.

Sin embargo, la marca Valle de San Pedro, pese a la buena calificación de sus atributos (diseño, colores, contenido), no fue relevante como factor de compra.

5. ¿Qué tipo de caja prefiere para comprar frutillas?

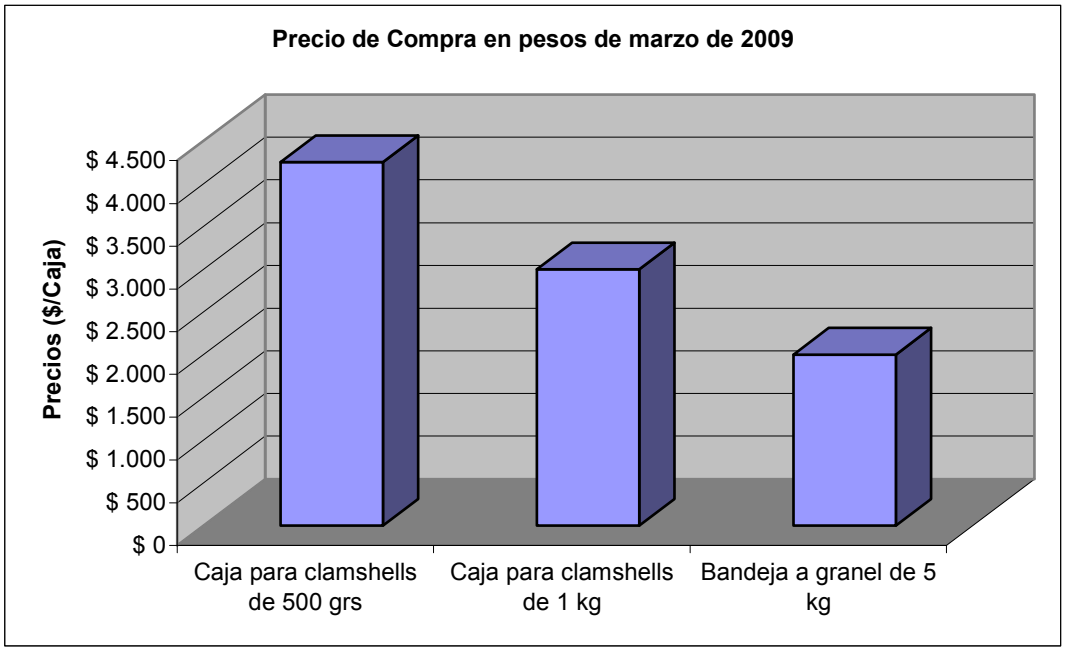
El 100% de la muestra señala que prefiere comprar frutillas en cajas para clamshells de 500 grs., esto porque la consideran más practica, cómoda y fácil de transportar.

6. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere?

El tipo de envase preferido por los compradores en la Vega Central fue el clamshell de 500 grs. debido a que este formato es visto como un producto con más facilidad para su venta, tiene una mejor presentación y porque las frutillas tienen una mayor duración en su interior.

7. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de caja comprada? (en pesos de marzo de 2009)

De acuerdo a los compradores encuestados en la Vega Central, se obtuvo que el valor promedio pagado por las cajas para clamshells de 500 gramos fue de $4.250/caja, con un precio mínimo de $4.000 y un valor máximo pagado de $4.500 por la caja; mientras que el valor promedio pagado por las cajas para clamshells de 1 kilo fue de $3.000/caja; y el de las bandejas a granel de 5 kilos fue de $2.000/bandeja.



8. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de caja? (en pesos de marzo de 2009)

Un 100% de la muestra manifestó que estaría dispuesto a pagar entre $5.000 y $5.499 por la caja con clamshells de 500 gramos.

Respecto a la disposición a pagar por la caja con clamshells de 1 kilo, un 100% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre $4.500 y $5.499 por la caja.

Finalmente, un 100% de la muestra manifestó que estaría dispuesto a pagar entre $2.500 y $2.999 por la bandeja de 5 kilos a granel, siendo este el formato más económico por el cual se estaría dispuesto a pagar.

9. ¿Compraría Frutillas si se mantuviese el precio constante en el año?

El 100% de los encuestados manifestó que comprarían frutillas a un precio constante durante el año, ya que según estos, la frutilla es un producto muy "vendible" en todo el año, es apetecible por sus clientes, y tiene variados usos.

10. Si la marca Valle de San Pedro es segura, ¿La seguiría comprando?

El 100% de los compradores encuestados en la Vega Central manifestó que seguirían comprando esta marca por tener una buena presentación, de calidad, lo cual da mayor confianza a quien lo consume.

11. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

El 100% de la muestra consultada, afirmó que les interesaría una oferta habitual de frutillas de esta zona, porque da confianza el envase, es un producto muy apetecido por los clientes, y tiene características de fruta sana.

Resultados Logrados

Frutas W.V. & H.
Antonia López de Bello 860

El Atajo de Til Til.
Av. La Paz 289

Isabel de la Cruz Venegas Bustamante. Salas 214

Ferias Libres

Se realizó la distribución de las muestras de frutillas frescas provenientes de San Pedro de Melipilla, a comerciantes de ferias libres de la capital, ubicadas en las comunas de La Reina y Las Condes, pertenecientes a segmentos socioeconómicos ABC1 y C2, previamente determinadas, como parte de la implementación del plan de marketing con carácter de experiencia piloto, el que buscó promocionar y probar la capacidad de respuesta de la demanda ante la imagen de la frutilla del Valle de San Pedro en los puestos de venta.

El plan comenzó con la entrega de frutillas embaladas y envasadas a puestos de venta de frutas de comerciantes de ferias libres, con el carácter de muestras para su prueba comercial, testeo del producto, promoción y venta final a consumidor, en tres formatos definidos para este segmento:

- Cajas con 10 clamshells de 500 gramos cada una
- Cajas con 5 clamshells de 1 kilo cada una
- Bandejas con 5 kilos de frutillas a granel

Junto con la entrega de las frutillas de muestra a los ferianos para su promoción y venta final, se ejecutaron acciones de marketing a través de la instalación de palomas y pendones colgables publicitarios en cada puesto que vendía frutillas de San Pedro. Además, se encargo a una persona por feria para que realizara acciones de promoción con una bandera, que incorporo en su diseño el logo corporativo de la frutilla del Valle de San Pedro, y entregará folletos dípticos informativos a los consumidores finales.

Asimismo, con el objeto de fidelizar a los ferianos con la frutilla de San Pedro, se les obsequiaron productos con la imagen de la frutilla de San Pedro: gorros, delantales, tazones y pad mouse.

Posteriormente, se realizaron encuestas a los ferianos que recibieron las frutillas de muestra para su promoción y venta final.

Las encuestas realizadas a los comerciantes de ferias libres tuvieron como propósito determinar percepciones, preferencias y opiniones de los comerciantes en relación al producto de prueba, la frutilla de San Pedro.

A continuación, se detalla una de las muestras piloto del estudio, de la cual se extrajo la información primaria de los comerciantes de ferias libres, a partir de la aplicación de las encuestas:

Feria	Comuna	GSE	N° Puestos
Tobalaba	La Reina	ABC1 C2	5
Chacarera	La Reina	ABC1 C2	4
Los Dominicos	Las Condes	ABC1	3
		Total	**12**

Los puestos considerados para la prueba en la feria Tobalaba fueron:

- Puesto Nº 1: Irene Campos.
- Puesto Nº 2: Natalia Céspedes.
- Puesto Nº 3: Juan Carlos Cabrera.
- Puesto Nº 4: Juan Ernesto Suazo.
- Puesto Nº 5: Gonzalo Valenzuela.

Los puestos considerados para la prueba en la feria Chacarera La Reina fueron:

- Puesto Nº 1: Julio Piña. Puesto N° 17 – 18
- Puesto Nº 2: Eduardo Iturrialale. Puesto N° 20
- Puesto Nº 3: Pablo Martinez. Puesto N° 32
- Puesto Nº 4: Bernardo Pavez. Puesto N° 7

Los puestos considerados para la prueba en la feria Parque Los Dominicos fueron:

- Puesto Nº 1: Maria Marchant. Puesto N° 18
- Puesto Nº 2: Claudia Aranguiz. Puesto N° 34 – 35
- Puesto Nº 3: Andrés Flores. Puesto N° 14 – 15

El análisis de la encuesta a ferias libres se basa en los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los comerciantes de puestos de frutas definidos, y tuvo como propósitos:

- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar la preferencia de envases para la venta de frutillas de San Pedro: en clamshells de 500 gramos; en clamshells de 1 kilo; y venta de frutillas a granel.
- Conocer los precios de venta de las frutillas de San Pedro según formato de venta.
- Determinar la disposición de pago por las frutillas de San Pedro
- Opiniones de la publicidad implementada en la feria

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

1. Orden de importancia de los factores que componen el producto final: Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

Se pondero el grado de importancia que le otorga el comerciante de feria libre, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los ferianos, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 59%
2. Clamshell : 17%
3. Caja : 15%
4. Marca : 9%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo el componente "Frutilla" en todos los formatos de entrega. En segundo lugar, destaca el envasado del Clamshell y la Caja.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla según los diferentes formatos de entrega. Estos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta. Los resultados promedio para el segmento feria libre se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 9%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	2,60	2,60	ncm
Color	2,60	2,60	ncm
Mensaje	2,60	2,50	ncm
Atractivo	2,80	2,90	ncm
Posición	2,80	2,80	ncm
Total Ponderado Marca	**1,21**	**1,21**	

Caja (Relevancia 15%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	2,80	2,80	2,80
Tamaño	2,60	2,70	2,80
Color	2,90	2,90	2,80
Apilable	2,70	2,70	2,30
Capacidad	2,90	2,90	2,80
Sello de Calidad	2,80	2,80	2,50
Material	2,80	2,80	2,40
Total Ponderado Caja	**2,93**	**2,94**	**2,76**

Clamshell (Relevancia 17%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	2,90	2,90	ncc
Tamaño	2,40	2,80	ncc
Material	2,80	2,80	ncc
Etiqueta	2,70	2,70	ncc
Sello de Seguridad	2,80	2,80	ncc
Total Ponderado Clamshell	**2,31**	**2,38**	

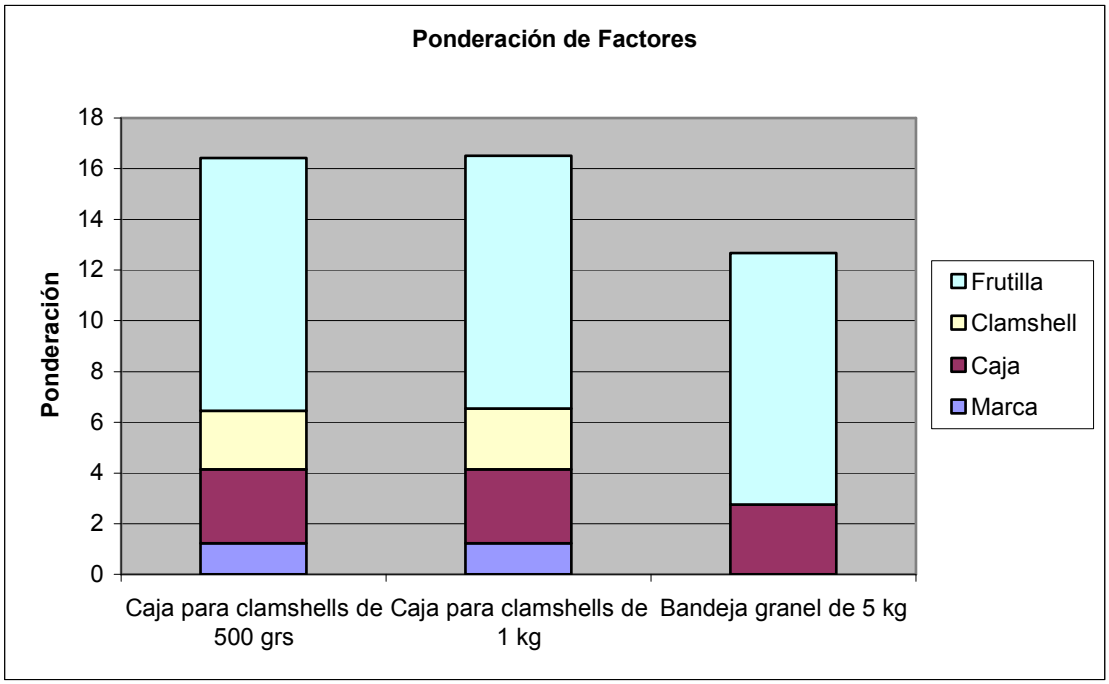
Frutilla (Relevancia 59%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	2,9	2,9	2,8
Sabor	2,8	2,8	2,8
Aroma	2,6	2,6	2,6
Frescura	2,9	2,9	2,9
Higiene	2,9	2,9	2,9
Tamaño	2,8	2,8	2,8
Total Ponderado Frutilla	**9,97**	**9,97**	**9,91**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**16,42**	**16,50**	**12,67**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = ∑ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. De esta forma, y mediante el grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.



La calidad de la frutilla fue el elemento mas valorado por los comerciantes de ferias libres para los tres formatos de entrega

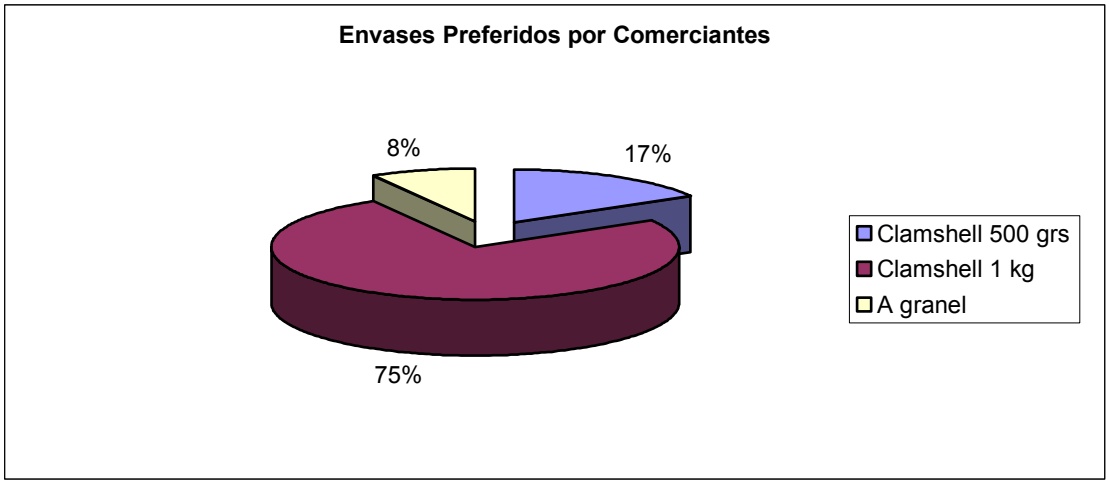
Pese a que las características de presentación del producto generaron interés y atracción entre los comerciantes de ferias libres al momento de las entregas, la frutilla y sus características de sabor, color y aromas son los elementos mas valorados en este segmento, dado que es el producto final de venta. Los elementos asociados a la presentación del producto, principalmente las cajas y los clamshells, fueron vistos solo como complementos que agregan mas valor a la imagen de la frutilla.

Sobre la caja, se pudo comprobar que esta no tiene uso, porque la mayoría de los ferianos retiró los clamshells con frutillas, dejando de lado las cajas. Esto último obedece a que culturalmente los ferianos no emplean las cajas como elementos de muestra promocional, y por un tema de espacio físico. Solo aquellos comerciantes que disponían de mayor espacio físico en sus puestos de venta, utilizaron las cajas como elemento de muestra. Además, se observo que los clamshells con frutillas tuvieron una rotación de ventas más alta cuando estos se vendieron fuera de las cajas, que en su interior, lo cual motivo a los ferianos a separar los clamshells de sus respectivas cajas.

Respecto a la marca Valle de San Pedro, esta fue la menos relevante para los comerciantes, esto porque las características diferenciadoras de una marca, no tiene efectos inmediatos por no ser conocida. No obstante, el posicionamiento de la marca en el mediano y largo plazo, tiene un efecto distintivo.

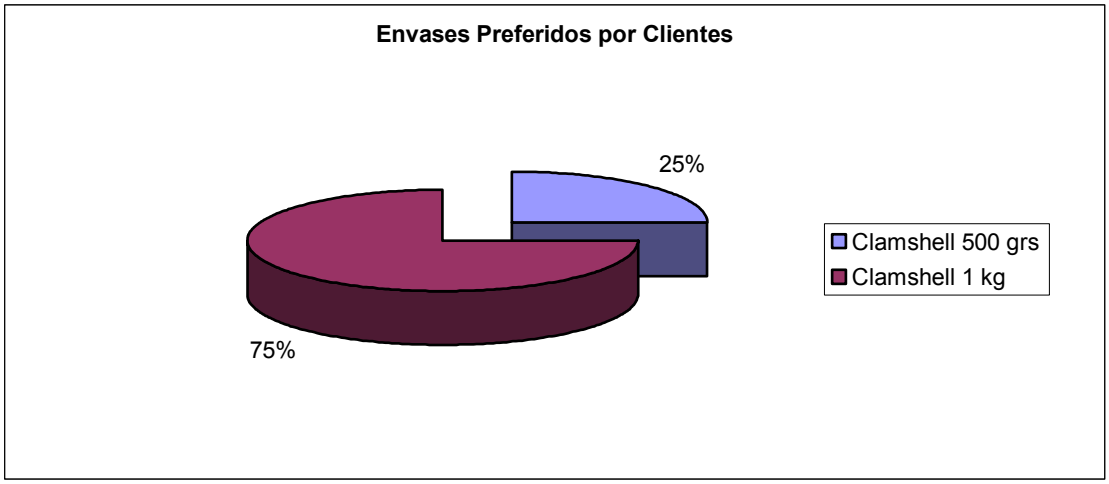
2. ¿Qué tipo de envase de frutillas prefiere para vender en su negocio?

Respecto a la consulta sobre la preferencia del feriano por un tipo de envase de frutillas para vender en su negocio, un 75% de los comerciantes consultados afirmaron preferir el clamshell de 1 kilo para vender ya que es considerado un formato de envase que se vende más rápido, es más práctico y tiene un tamaño más adecuado para la venta de frutillas.



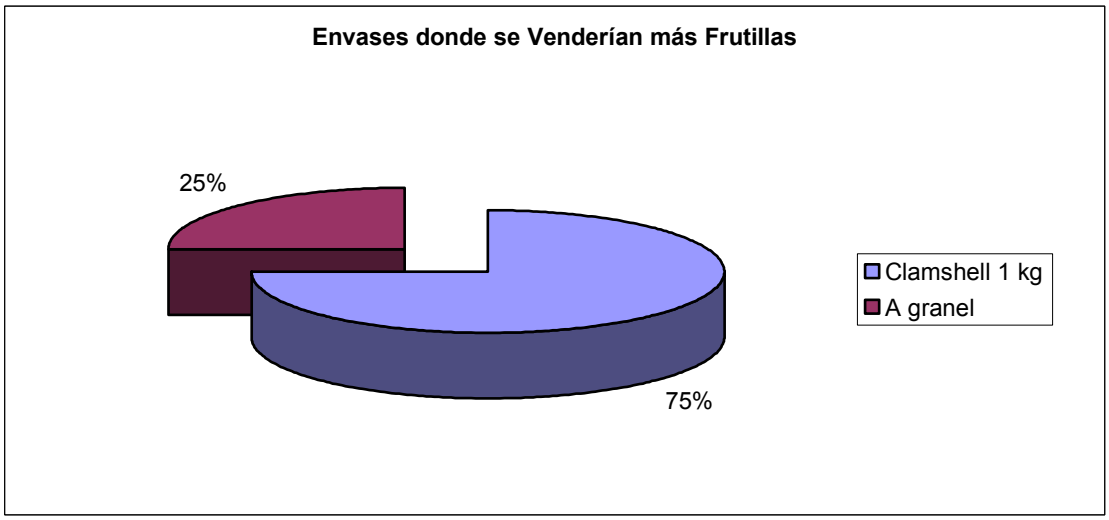
3. ¿Cuál cree Ud. que es el envase mas preferido por sus clientes?

De los comerciantes de ferias libres encuestados, un 75% afirmó creer que sus clientes prefieren el clamshell para frutillas de 1 kilo, formato con el cual los ferianos identifican la preferencia de sus clientes al momento de elegir un formato de envase para las frutillas. Se cree que la venta de frutillas a granel no es valorada por los consumidores de ferias libres (por la manipulación de las frutillas, que generalmente se hace con las manos) a diferencia de la venta de frutillas en formatos de envases.



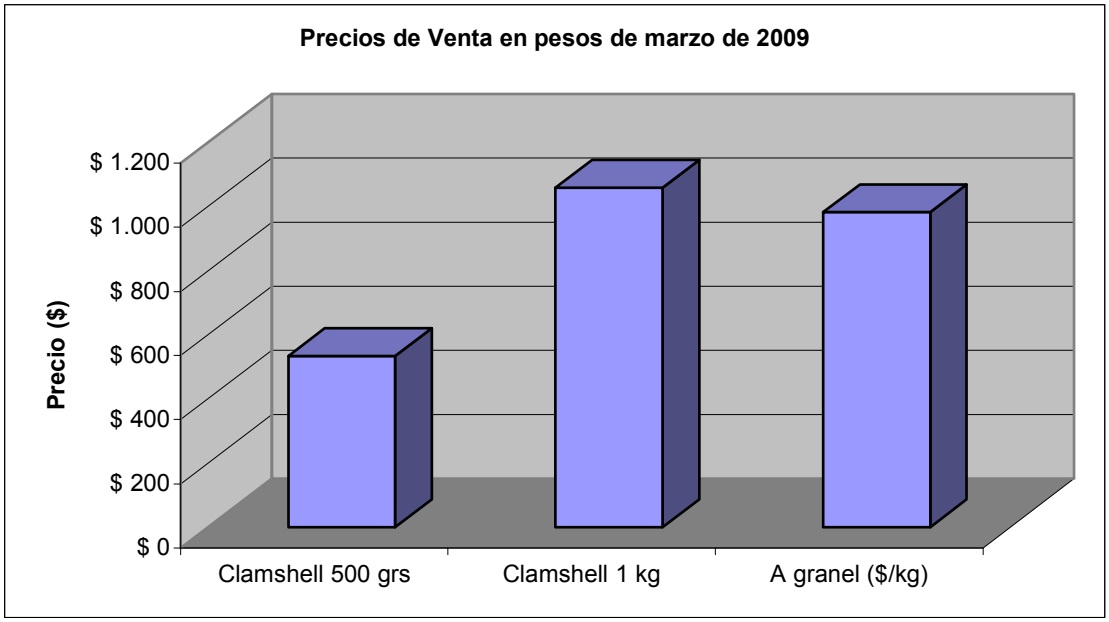
4. ¿En qué tipo de envase se venderían más frutillas?

El 75% de los comerciantes encuestados cree que el formato de clamshell de 1 kilo es el envase con el que se podrían vender más frutillas.



5. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de envases de las frutillas? (en pesos de marzo de 2009)

De acuerdo a los encuestados, se obtuvo que el valor promedio del clamshell de 500 gramos fue de $530/clamshell, donde el precio mínimo observado fue de $400 (feria Tobalaba y la Reina) y el máximo de $800 (feria Los Dominicos); para el clamshell de 1 kilo, el precio promedio fue de 1.050/clamshell con un valor mínimo de $900 (feria Tobalaba) y un máximo de $1.200 (feria La Reina y Los Dominicos); y para el formato de venta a granel, el precio promedio fue de $980/kg donde el precio mínimo fue de $500 (feria Tobalaba) y el máximo de $1.200 (feria La Reina y Los Dominicos).



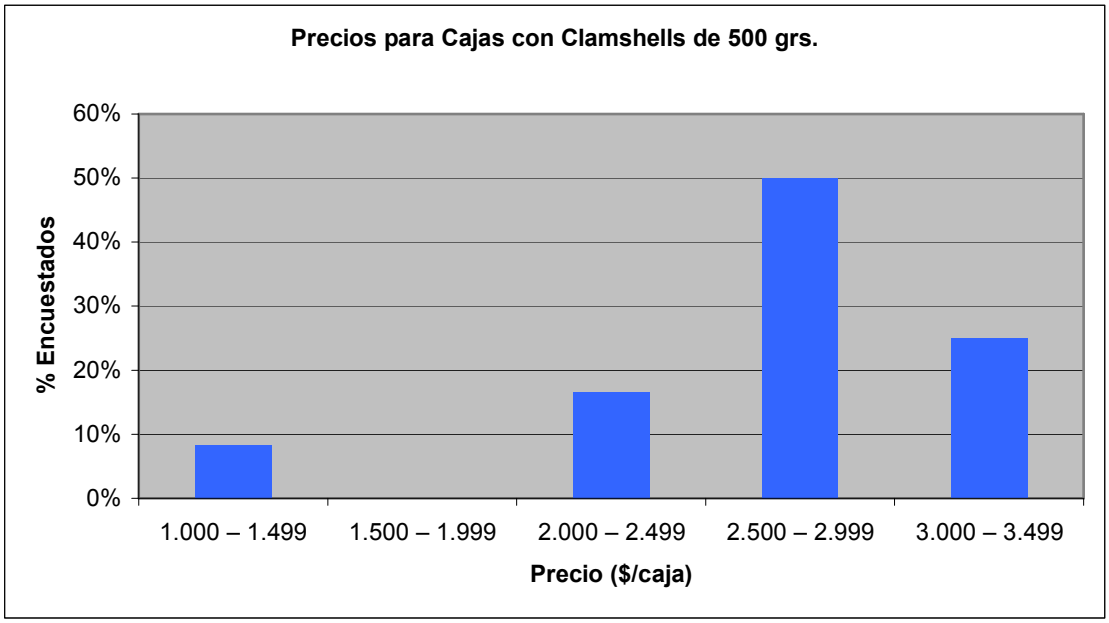
Por otro lado, el precio de venta observado de otras frutillas comercializadas en los puntos de venta, fue de entre $800 y $900 el kilo a granel, valores inferiores a los precios dados a la frutilla de San Pedro en todos sus formatos de presentación (en clamshells y a granel).

6. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según formato de entrega (Cajas)? (en pesos de marzo de 2009)

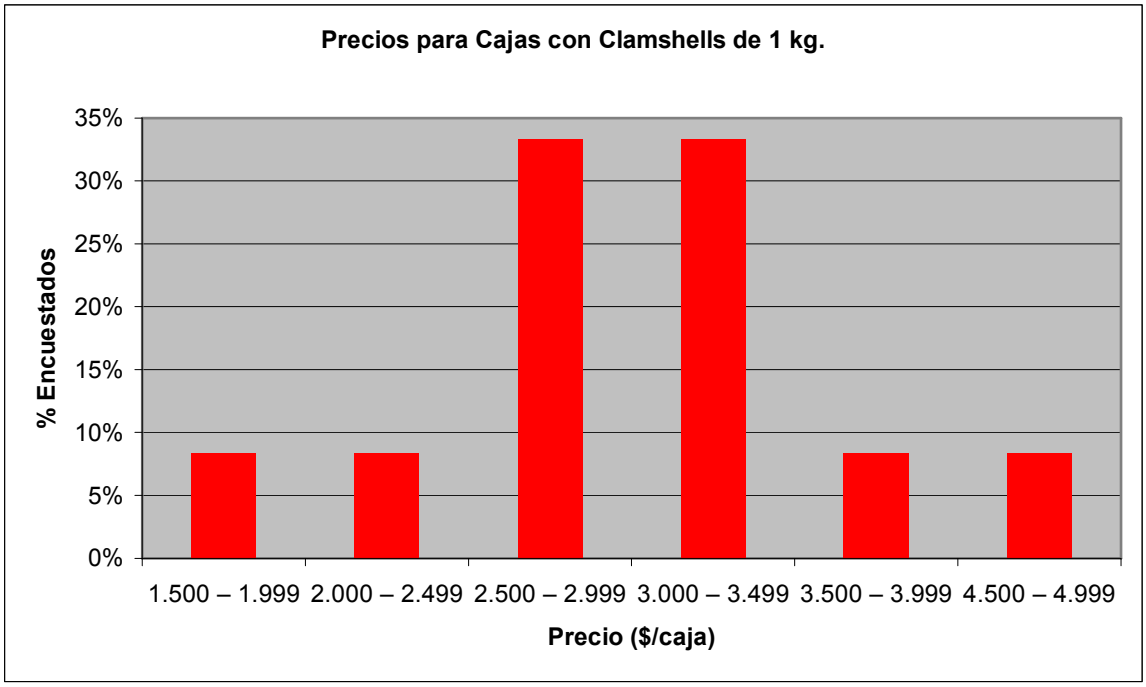
Concerniente al precio que estarían dispuestos a pagar los ferianos para obtener las frutillas de San Pedro, en sus distintos formatos de entrega, este varía bastante entre los mismos encuestados.

Para la caja con 10 clamshells de 500 gramos, el rango de precios mínimo disponible a pagar fue de $1.000 a $1.499 la caja (feria Tobalaba), mientras que el máximo rango de precios a pagar fue de $3.000 a $3.499 por la caja.

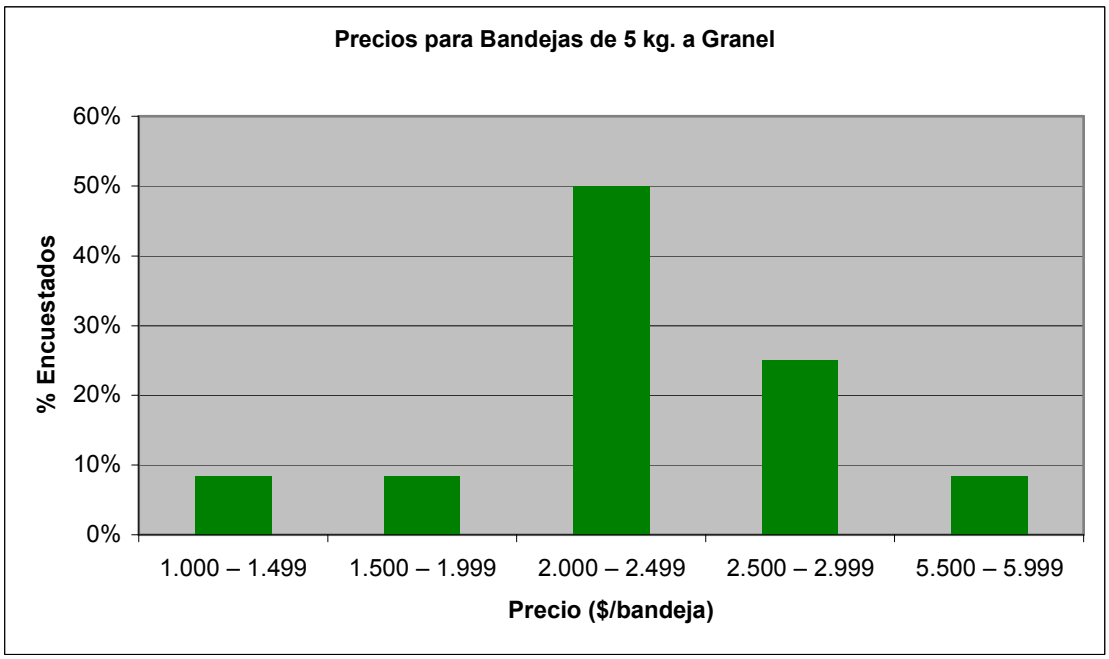
De los encuestados, un 50% estaría dispuesto a pagar entre $2.500 y 2.999 por la caja con clamshells de 500 gramos, mientras que solo un 8% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre $1.000 y $1.499 por la caja. Esto último señala el alto valor asignado por los ferianos a la frutilla de San Pedro, ya que más del 70% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de $2.500 por la caja.



Para el formato de caja con 5 clamshells de 1 kilo, el rango de precios mínimos observado a pagar fue entre $1.500 a $$1.999 la caja (feria Tobalaba), y el rango máximo de precios entre los $4.500 y $4.999 por la caja (feria Los Dominicos). De los encuestados, un 66% estaría dispuesto a pagar entre $2.500 y $3.499 por la caja con clamshells de 1 kilo. Más del 80% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de $2.500 por la caja.

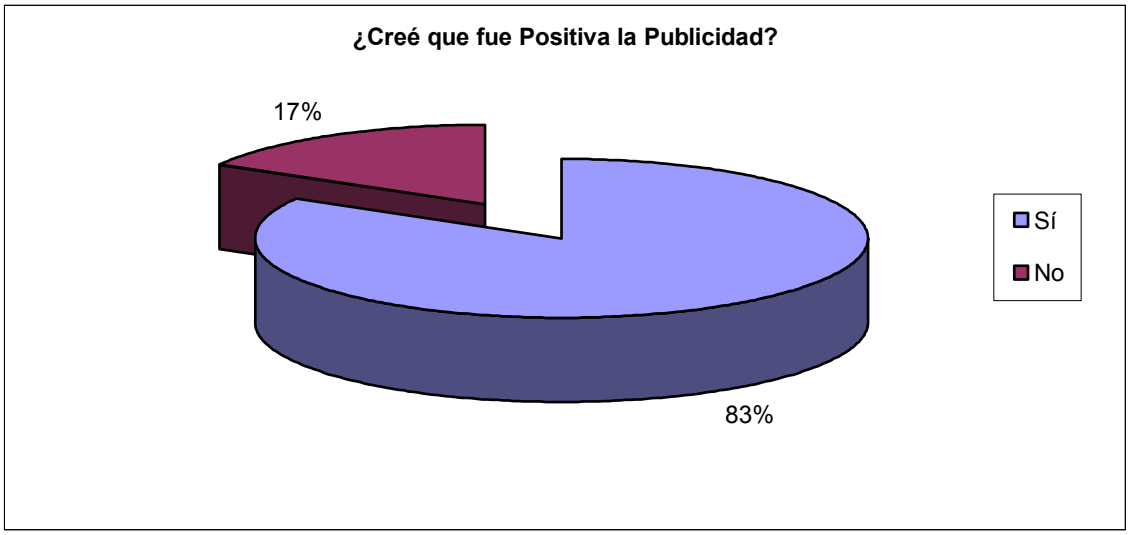


Por último, para la bandeja con 5 kilos de frutillas a granel, el rango de precios mínimos observados fue entre los $1.000 y $1.499 por la bandeja (feria Tobalaba). El rango de precios máximos fue entre $5.500 y $5.999 la bandeja de 5 kilos a granel (feria Los Dominicos). De los encuestados, el 50% estaría dispuesto a pagar entre los $2.000 y $2.499 por la bandeja de 5 kilos. Cerca de un 80% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de $2.000 por la bandeja.



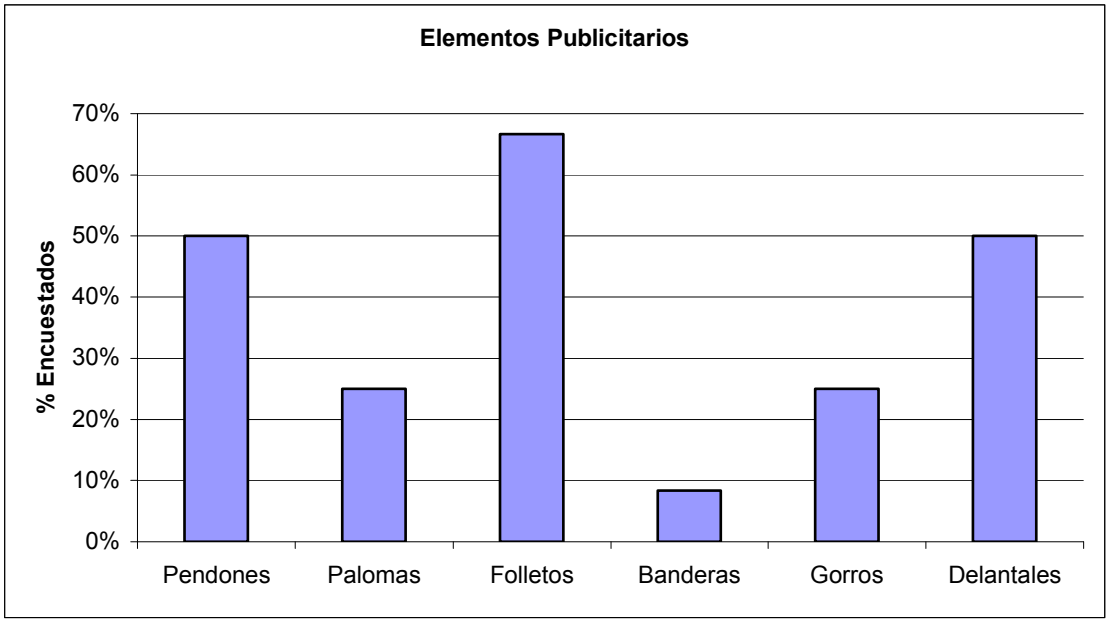
7. ¿Cree Ud. que fue positiva la publicidad de la frutilla de San Pedro realizada en la feria?

Con respecto a la publicidad, el 83% de los encuestados cree que la publicidad fue positiva. Los encuestados que afirmaron decir que esta no fue positiva, hicieron referencia a que hubo poca cantidad de elementos de publicidad, y que la gente no apreciaba completamente el material publicitario disponible (palomas y pendones colgables).



8. ¿Qué tipo de publicidad cree Ud. que fue la mejor para apoyar la venta de frutillas de San Pedro?

Sobre los elementos publicitarios que se utilizaron para apoyar la venta de la frutilla de San Pedro, el 67% de los encuestados afirmaron que el elemento que mejor ayudó a la venta de las frutillas fueron los folletos informativos, en segundo lugar los delantales que usaron los ferianos durante la promoción y venta, y los pendones colgables. Mientras que los elementos menos valorados fueron las banderas.

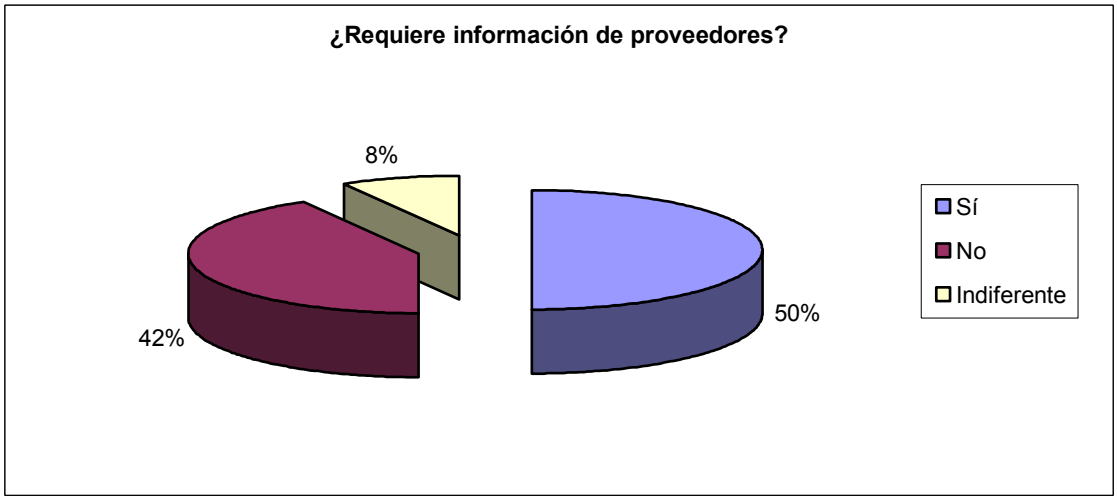


9. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

Al hacer la consulta sobre el interés por comprar frutillas de San Pedro, la totalidad de los encuestados respondieron positivamente.

10. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

Respecto al interés en informarse de proveedores de frutillas, el 50% de los encuestados afirmó tener interés; un 42% no necesita antecedentes ya que dicen tener suficiente información sobre proveedores.



Consumidores de Ferias Libres

Como forma adicional a la encuesta realizada a comerciantes de ferias libres, se efectuó una encuesta dirigida a consumidores, cuyo objetivo fue fundamentalmente conocer sus opiniones, percepciones y preferencias en relación a la frutilla de San Pedro. Desde un punto de vista metodológico, el instrumento utilizado, denominado encuesta, entrego información de gran utilidad para los propósitos de la investigación.

La encuesta considero la toma de una muestra de estudio conformada por consumidores de las ferias libres de Tobalaba, Chacarera de la Reina y Los Dominicos, hombres y mujeres de todas las edades, para la aplicación de encuestas, las cuales se distribuyeron de la siguiente manera:

Feria	Sexo	Edad			Total
		18 – 39	40 - 59	60 o mas	
Tobalaba	H	-	4	1	5
	M	2	6	2	10
	Subtotal	2	10	3	15
Chacarera	H	-	4	1	5
	M	1	4	2	7
	Subtotal	1	8	3	12
Los Dominicos	H	1	3	-	4
	M	-	1	2	3
	Subtotal	1	4	2	7
N° Total Encuestados		4	22	8	34

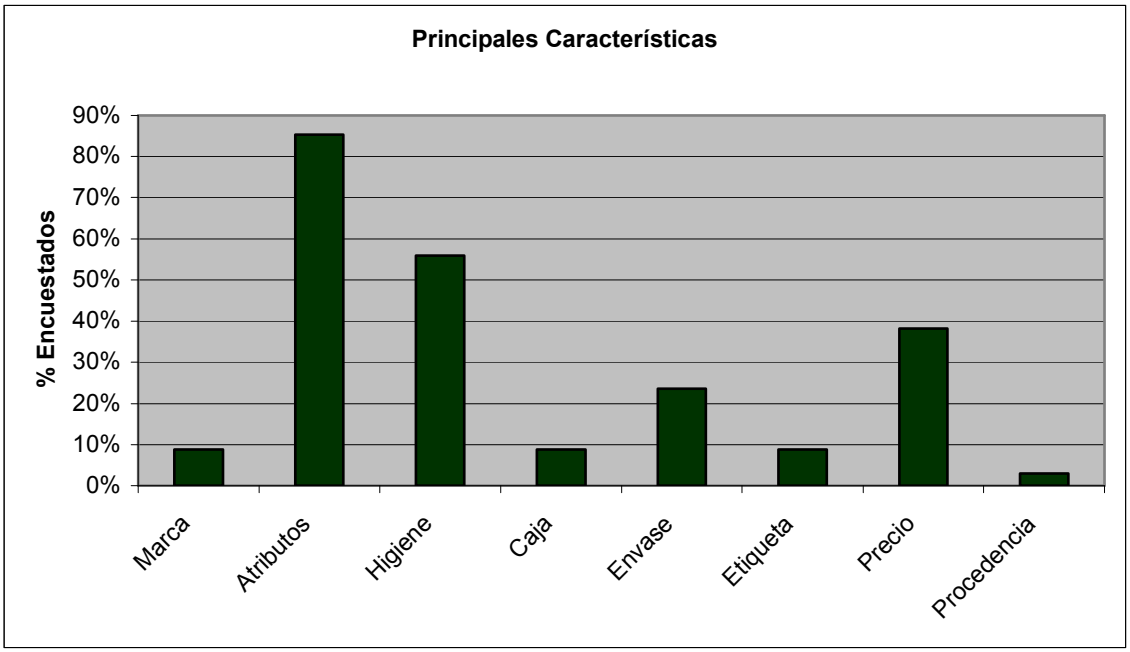
El análisis de la encuesta a consumidores de ferias libres se basa en los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas, y tuvo como propósitos:

- Determinar los criterios de decisión de compra de los consumidores de ferias libres.
- Determinar los patrones de compra de frutillas en ferias libres.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Determinar la preferencia de envases para la venta de frutillas de San Pedro: en clamshells de 500 gramos; en clamshells de 1 kilo; y venta de frutillas a granel.
- Determinar los destinos de consumo para la frutilla de San Pedro.
- Conocer los precios de compra de las frutillas de San Pedro según formato de venta.
- Determinar la disponibilidad de pago por las frutillas de San Pedro
- Opiniones de la publicidad implementada en la feria.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

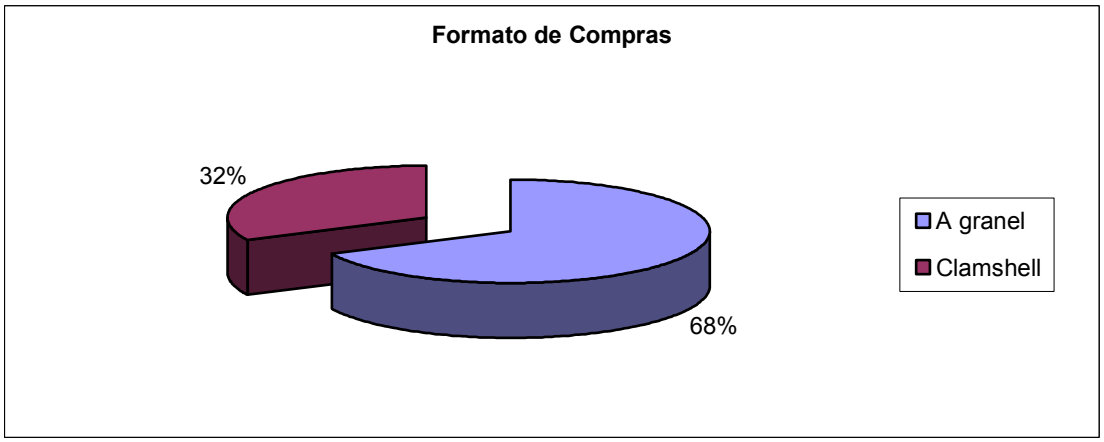
1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

La mayoría de los encuestados dice fijarse en los atributos de la frutilla (color, aroma, sabor, tamaño) al momento de comprar frutillas. En segundo orden, aparece la higiene como elemento de decisión. Las características menos relevantes para el consumidor al momento de la compra son la marca, las cajas, las etiquetas y la procedencia de la frutilla.



2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

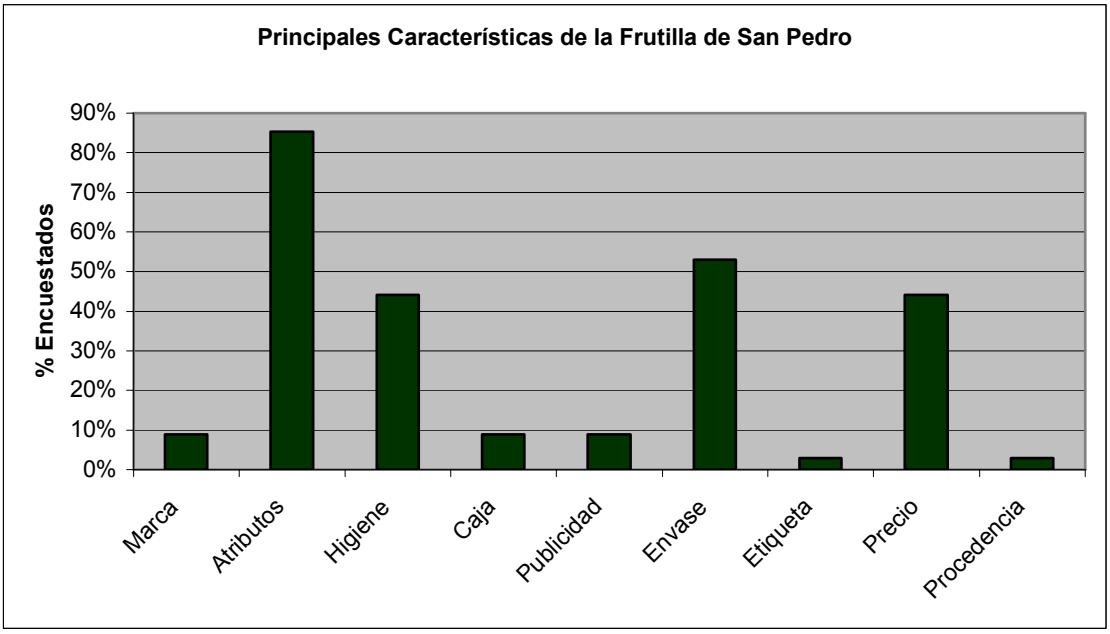
Para la compra de frutillas, predomina la modalidad a granel. Según los encuestados, el 68% de los consumidores compra habitualmente las frutillas a granel.



3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

Respecto a los aspectos de la frutilla de San Pedro que causaron interés en los consumidores, se observo que los atributos de calidad de la frutilla, estos es, su sabor, aromas, color y tamaño, fueron los principales aspectos que decidieron la compra de frutillas. La presentación por medio de envases tipo clamshells de 500 grs. y clamshells de 1 kg. también figuraron como uno de los principales elementos de decisión del consumidor para elegir la frutilla de San Pedro. Cabe destacar que la mayoría de los consumidores que adquieren las frutillas principalmente a granel, les llamó la atención e interés el envase que las contenía (mas higiénico, seguro y practico). En tercer orden como factores de decisión figuraron el precio de venta y la higiene de las frutillas.

Los factores menos considerados por los consumidores al momento de comprar frutillas de San Pedro fueron la marca, la caja, la publicidad, las etiquetas y la procedencia de las frutillas (Valle de San Pedro).



4. Orden de importancia de los factores Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

En esta parte de la investigación a consumidores de frutillas, los encuestados no percataron las diferencias entre las cajas (para clamshell de 500 grs.; clamshell de 1 kg; y la bandeja de 5 kg. a granel), y en varios casos no pudieron ver los 3 formatos de cajas, razón por la cual, la calificación porcentual para los 3 formatos se hizo de forma generalizada.

Se pondero el grado de importancia que le otorga el consumidor, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los consumidores, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 71%
2. Clamshell : 20%
3. Marca : 6%
4. Caja : 3%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla. En segundo lugar, se reconoce el envase tipo Clamshell.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla. Estos últimos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta. Los resultados promedio de la puntuación según el grupo objetivo de consumidores se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 6%)	Puntaje
Diseño	2,60
Color	2,60
Mensaje	2,30
Atractivo	2,50
Posición	2,40
Total Ponderado Marca	**0,74**

Caja (Relevancia 3%)	Puntaje
Diseño	2,80
Tamaño	2,80
Color	2,70
Apilable	2,60
Capacidad	2,60
Sello de Calidad	2,60
Material	2,90
Total Ponderado Caja	**0,57**

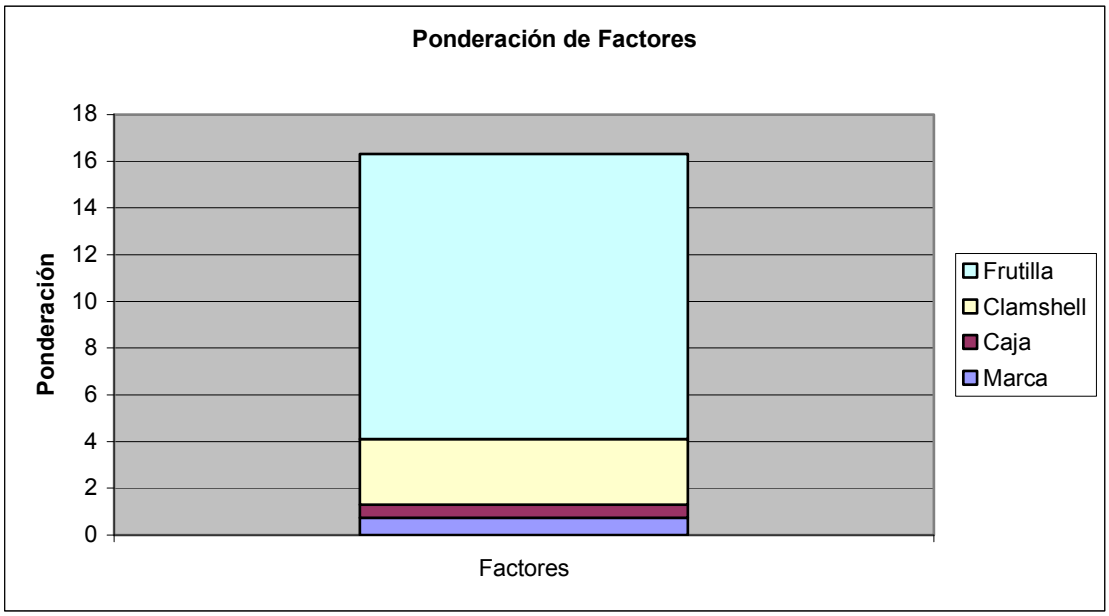
Clamshell (Relevancia 20%)	Puntaje
Diseño	2,90
Tamaño	2,90
Material	2,90
Etiqueta	2,60
Sello de Seguridad	2,70
Total Ponderado Clamshell	**2,80**

Frutilla (Relevancia 71%)	Puntaje
Color	2,90
Sabor	2,90
Aroma	2,70
Frescura	3,00
Higiene	3,00
Tamaño	2,70
Total Ponderado Frutilla	**12,21**

	Puntaje Final
TOTAL PONDERADO	**16,32**

Donde Total Ponderado = Σ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

El gráfico siguiente muestra los resultados finales de las calificaciones que dieron los encuestados a los 4 factores que componen las cajas entregadas con frutillas.



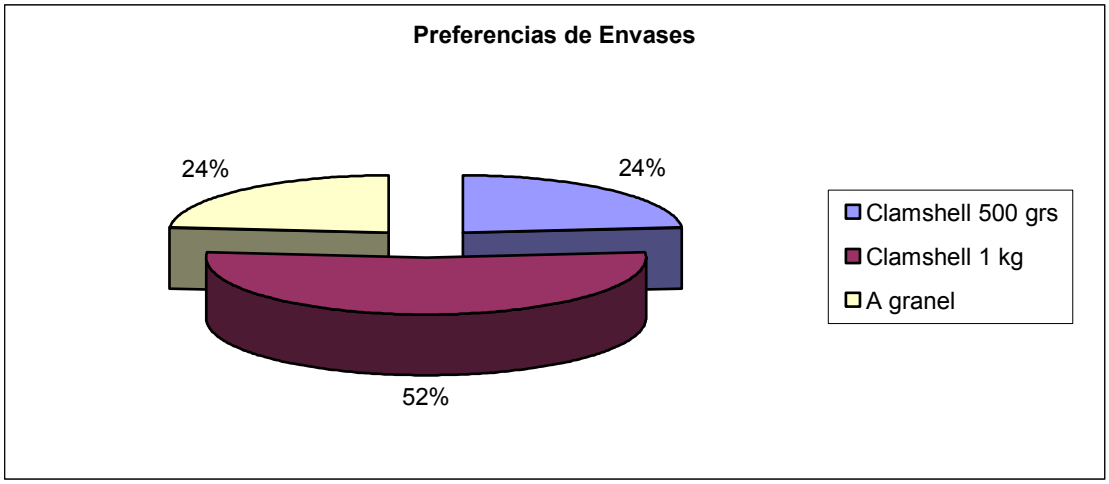
Según el análisis, se observa que la frutilla ocupa el primer lugar en ponderación de importancia, seguido por el clamshell. Por una leve cantidad, le otorgan importancia a la caja y la marca Valle de San Pedro.

Esto demuestra que el interés de los consumidores finales estuvo centrado en la calidad de las frutillas, y en la presentación de estas a través de un adecuado envase (clamshell) que de garantía de higiene, seguridad y comodidad de traslado y almacenamiento. Estos factores fueron más relevantes al momento de la compra, lo que determino que la marca Valle de San Pedro tuviera poca importancia.

Por otro lado, y tal como se mencionó anteriormente, las cajas, al no ser exhibidas en la mayoría de los puestos de venta, no pudieron ser percibidas por el consumidor, por lo tanto, esto explica la baja puntuación dada por los encuestados a este factor.

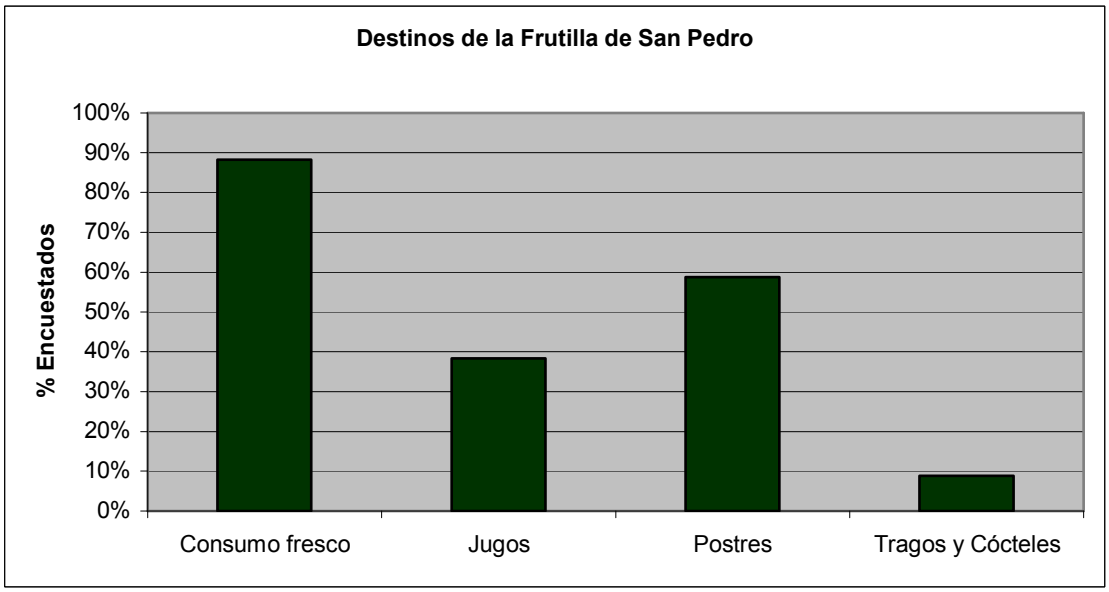
5. ¿Qué tipo de envase prefiere para comprar frutillas?

De acuerdo a las preferencias por los diferentes formatos de venta, se observaron opiniones equilibradas entre el envase de clamshell de 500 grs. y la venta a granel. Sin embargo, se destaca que la mayoría de los encuestados prefieren el formato de clamshell de 1 kilo para la venta. Además, cabe destacar que el formato de envase en clamshells es preferido por el consumidor (76% de los encuestados), ya que se garantiza la higiene y la seguridad del producto.



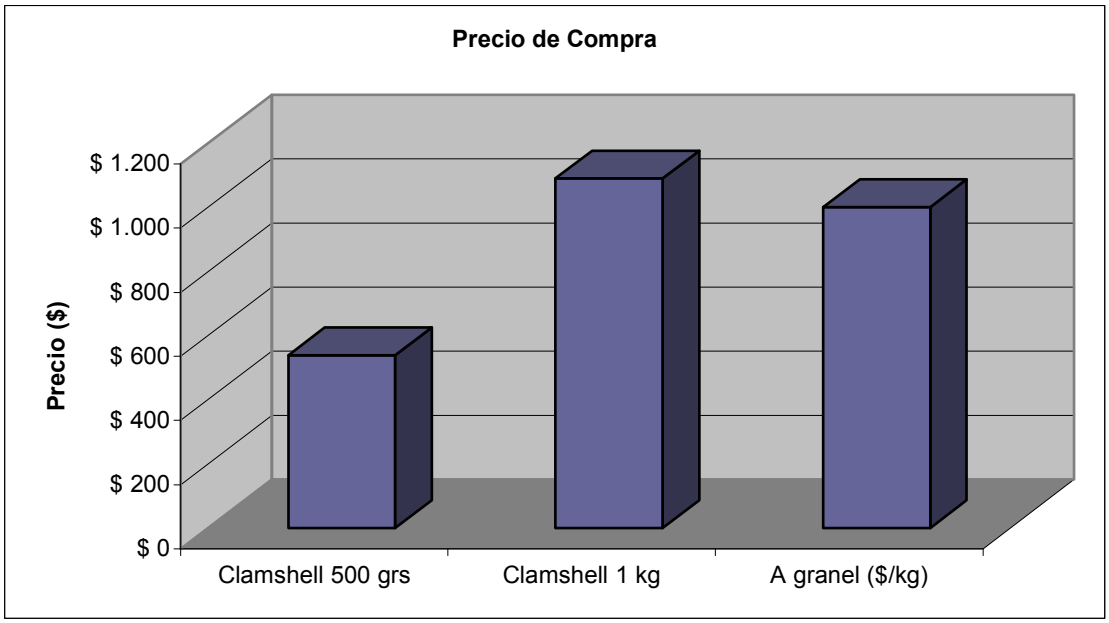
6. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

El principal uso que le darán los consumidores a las frutillas de San Pedro será principalmente para consumo en fresco, postres y jugos.



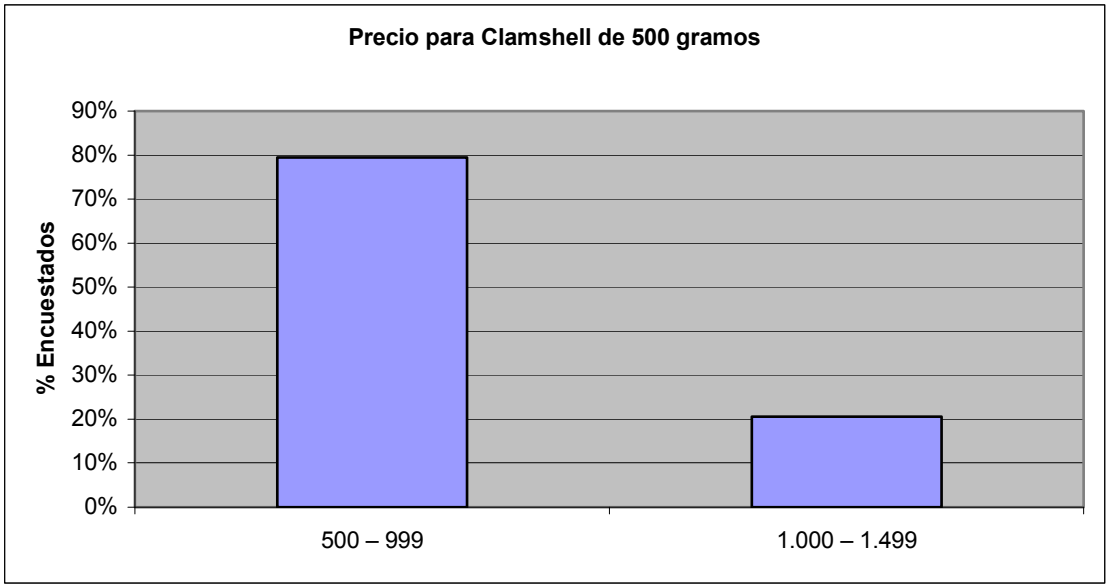
7. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de envase comprado? (en pesos de marzo de 2009)

En cuanto a valor de las frutillas, los precios de compra fluctuaron entre $400 y $800 para el clamshell de 500 gramos, con un precio promedio de $540/clamshell. Para el clamshell de 1 kilo, el precio mínimo de compra observado fue de $1.000 y el máximo de $1.500. El precio promedio fue de $1.090/clamshell de 1 kilo. Finalmente, el precio de compra promedio de la frutilla a granel fue de $1.000/kg (único precio observado).

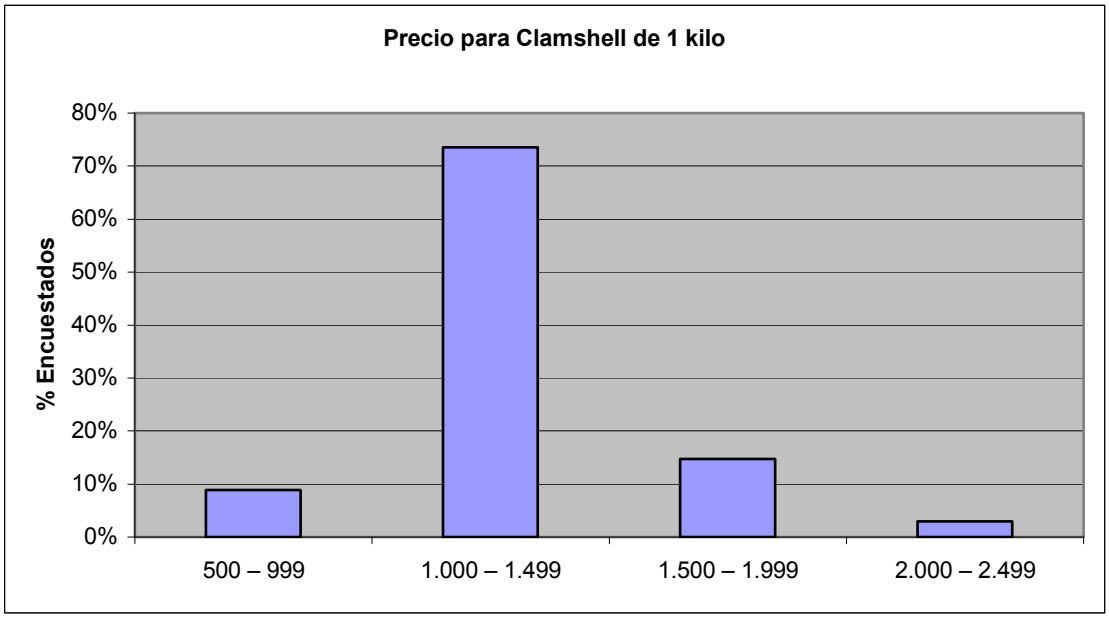


8. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de envase?

Para el clamshell de 500 gramos, un 79% de los encuestados afirmaron que estarían dispuestos a pagar hasta $999 por el clamshell, mientras que tan solo un 21% de los consultados estarían dispuestos a pagar entre $1.000 y $1.499 por el clamshell de 500 gramos.



Para el clamshell de 1 kilo, el rango mínimo de precios observados a pagar se ubico entre los $500 y $999 el clamshell, mientras que el rango máximo de precios se ubico entre los $2.000 y 2.499 el clamshell. Un 74% de los consumidores encuestados en ferias libres estaría dispuesto a pagar entre $1.000 y $1.499 por el clamshell de 1 kilo. En cambio, tan solo el 3% de los consultados estaría dispuesto a pagar entre $2.000 y $2.499 por el clamshell de 1 kilo.

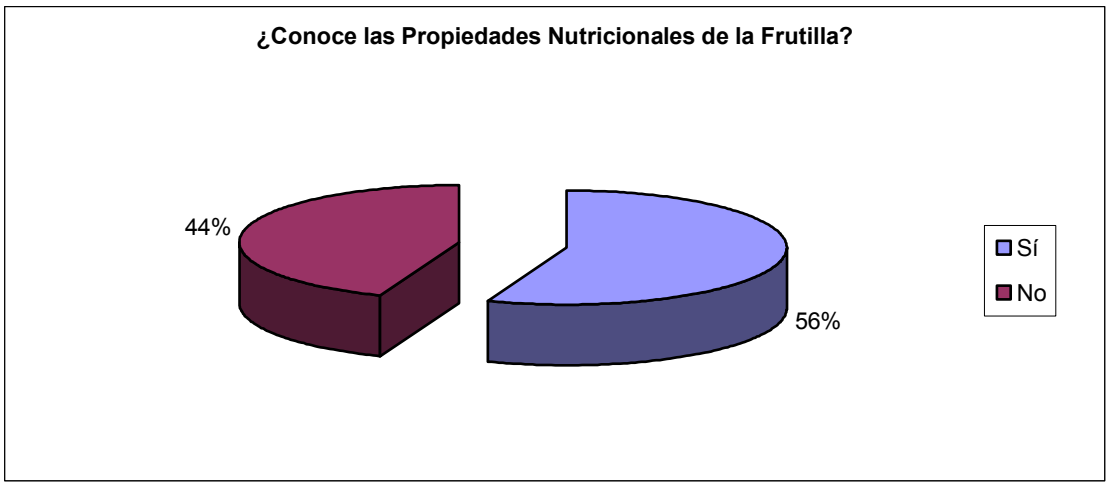


9. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

La mayoría de los encuestados, un 97%, responde afirmativamente a esta interrogante.

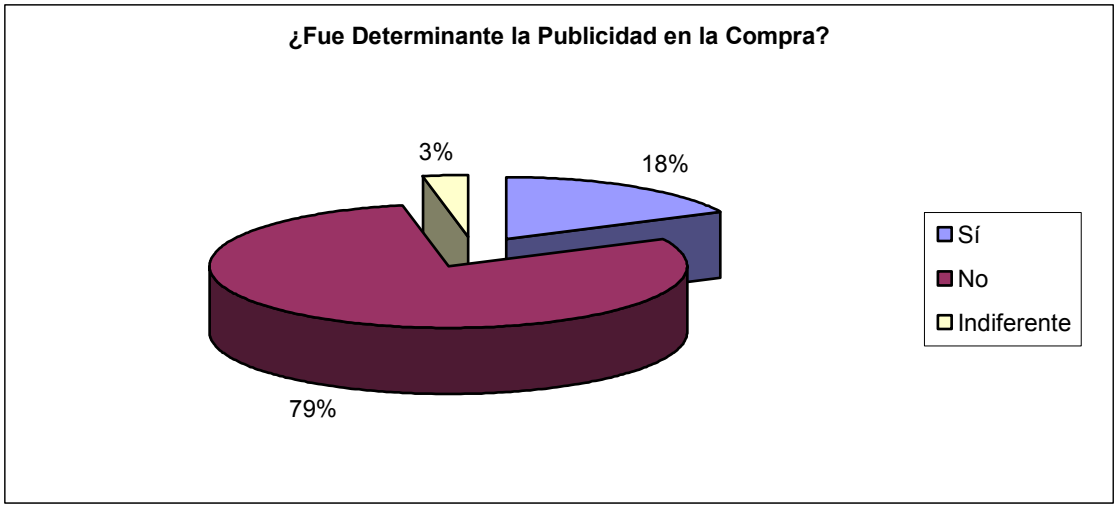
10. ¿Conoce las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud?

Sobre las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud, un 56% de los encuestados señalan conocerlas. El resto no está al tanto, o dice no conocer los beneficios que otorga el consumo de esta fruta.



11. ¿La publicidad determinó que Ud. comprara frutillas de San Pedro?

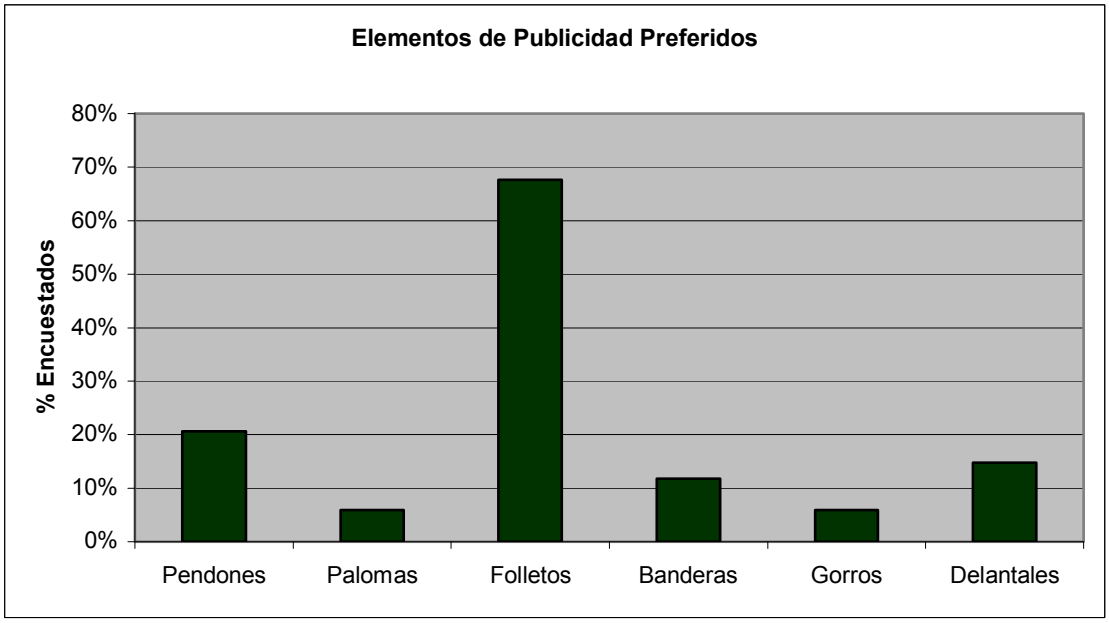
Con respecto a la publicidad, la mayoría de los encuestados informan que ésta no influyó en la compra de frutillas de San Pedro. Esto refuerza la idea respecto a que los atributos de calidad de la frutilla de San Pedro, junto con la presentación a través del envasado en clamshells de 500 grs. y de 1 kg. fueron los elementos determinantes en la decisión de compra del consumidor de frutillas.



12. ¿Qué tipo de publicidad es la que mas le gustó?

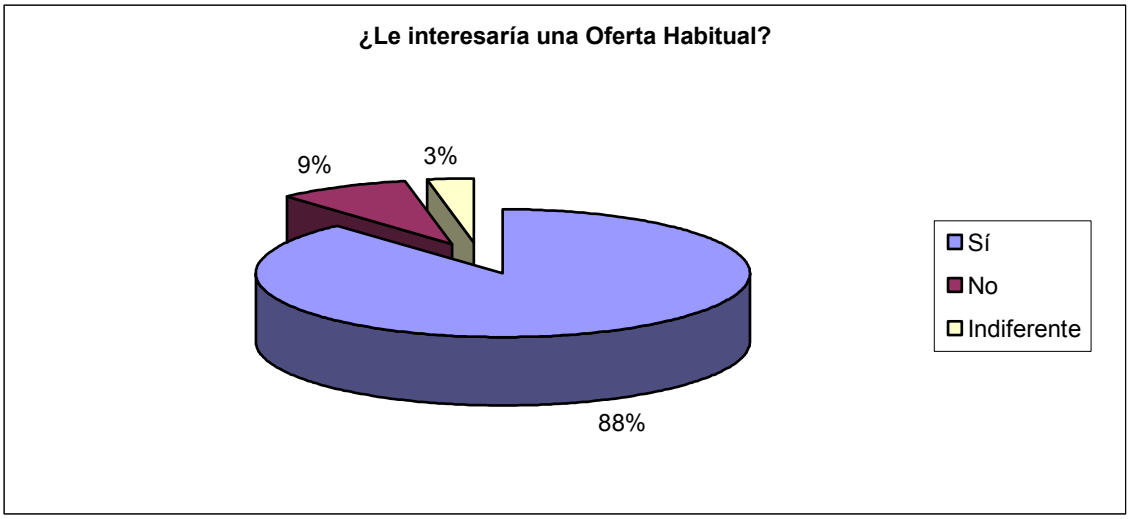
De los elementos publicitarios dispuestos en las ferias para promover la frutilla de San Pedro, los folletos fueron los más preferidos por los consumidores. A modo de observación, cabe destacar que 4 encuestados no dieron preferencia por ningún elemento publicitario, ya sea porque no se fijaron, no se dieron cuenta de que había publicidad, o simplemente no les gustó ninguno de los elementos.

Por otro lado, las palomas y gorros fueron los elementos menos valorados por los consultados. En el caso de las palomas, estas no fueron percibidas por los consumidores.



13. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

Ante la consulta sobre el interés en disponer de una oferta habitual de frutillas de San Pedro, la mayoría de los encuestados respondieron afirmativamente. Aquellos que no muestran interés, afirmaron decir que la marca no les llamó la atención, o simplemente que la marca no es tan importante para ellos.



14. ¿Le gustaría que existiese una oferta de frutillas de San Pedro en más puntos de venta como ferias y supermercados?

El 97% de los encuestados respondieron que sí les interesaría una oferta más extendida de frutillas de San Pedro en más puntos de venta incluyendo presencia en ferias libres y en cadenas de supermercados.

Resultados Logrados

Feria Tobalaba

Frutillas Puesto N° 4
Sr. Gonzalo Valenzuela

Frutillas Puesto N° 2
Sra. Natalia Cespedes

Frutillas Puesto N° 3
Sra. Irene Campos

Encuestador en terreno

Feria Chacarera La Reina

Sr. Julio Piña. Puesto N° 17-18

Encuestadora en terreno

Banderista promocionando la frutilla

Frutillas Puesto N° 7
Sr. Bernardo Pavez

Feria Parque Los Domínicos

Frutillas Puesto N° 14-15
Sr. Andrés Flores

Encuestador en terreno

Frutillas Puesto N° 34-35 Sra. Claudia Aranguiz

Hoteles y Restaurantes

Como parte de la ejecución del plan de marketing de la frutilla de San Pedro, se realizó, como experiencia piloto, la entrega de frutillas en calidad de muestras a hoteles y restaurantes de Santiago, previamente determinados, ubicados en las comunas de Vitacura, Las Condes y Providencia, pertenecientes a los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2.

El plan comenzó con la entrega de frutillas embaladas y envasadas a hoteles y restaurantes, con el carácter de muestras para su prueba comercial, testeo de cajas y envases, para su preparación y consumo, en tres formatos definidos para este segmento:

- Cajas con 10 clamshells de 500 gramos cada una
- Cajas con 5 clamshells de 1 kilo cada una
- Bandejas con 5 kilos de frutillas a granel

Posteriormente a las entregas, se realizaron encuestas dirigidas a ejecutivos de adquisiciones y chef de cocina, como agentes decidores de compra.

Las encuestas realizadas tuvieron como propósito determinar percepciones, preferencias y opiniones de los hoteles y restaurantes en relación a la frutilla de San Pedro.

A continuación, se detalla una de las muestras piloto del estudio, de la cual se extrajo la información primaria de los hoteles y restaurantes, a partir de la aplicación de las encuestas:

Los hoteles considerados para la prueba fueron:

- Hotel Sheraton. Maria Isabel Bravo, Encargada de Adquisiciones.
- Hotel Ritz Carlton. Ruby Berrios, Encaragada de Adquisiciones.
- Hotel Regal Pacific. Sergio Santana, Encargado de Adquisiciones.

Los restaurantes considerados para la prueba fueron:

- Restaurant El Apero. Mauricio Duarte, Chef de Cocina.
- Restaurant La Cocina de Javier. Isabel Pascual, Administración y compras.
- Restaurant Alfresco. Juan Suarez, Chef de Cocina.
- Restaurant Pura Carne. Jose Avendaño, Gerente Operaciones.

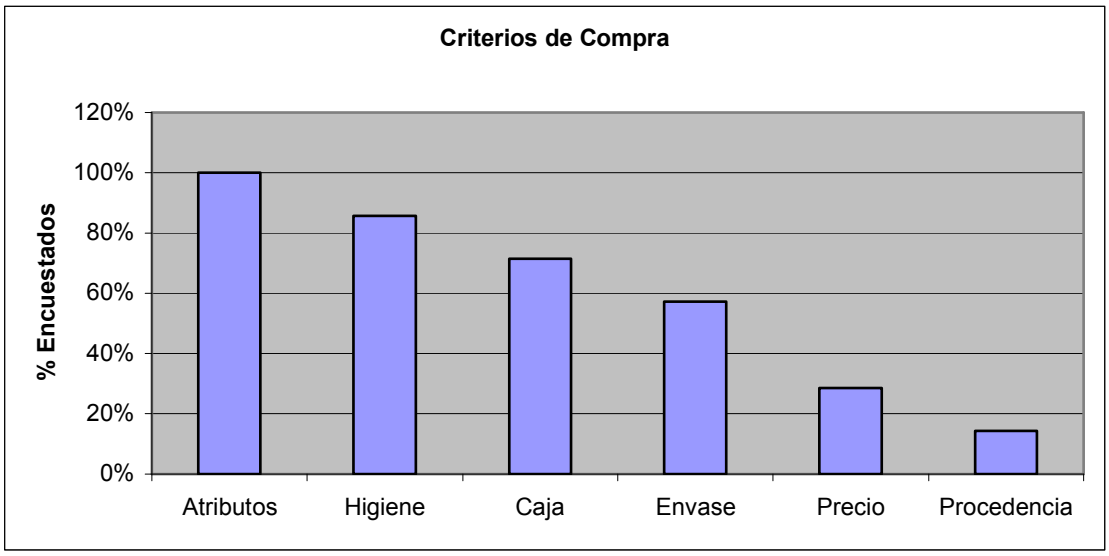
El análisis de la encuesta a hoteles y restaurantes se basa en los resultados obtenidos a partir de su aplicación a los ejecutivos y chef de cocina, y tuvo como propósitos:

- Determinar los criterios de decisión de compra de los hoteles y restaurantes.
- Determinar los formatos y preferencias de compra de frutillas (envasadas o a granel, en cajas, o clamshells).
- Determinar la preferencia de las cajas para la entrega de frutillas de San Pedro: en cajas con clamshells de 500 gramos; en cajas con clamshells de 1 kilo; y en bandejas con frutillas a granel de 5 kilos.
- Determinar los destinos de consumo para la frutilla de San Pedro.
- Ponderar en orden de importancia los factores que componen los diferentes formatos de entrega de frutillas a los puestos de venta.
- Evaluar los atributos de los factores del producto: la marca, las cajas, los envases y la frutilla.
- Conocer las opiniones e intereses de los hoteles y restaurantes consultados.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación:

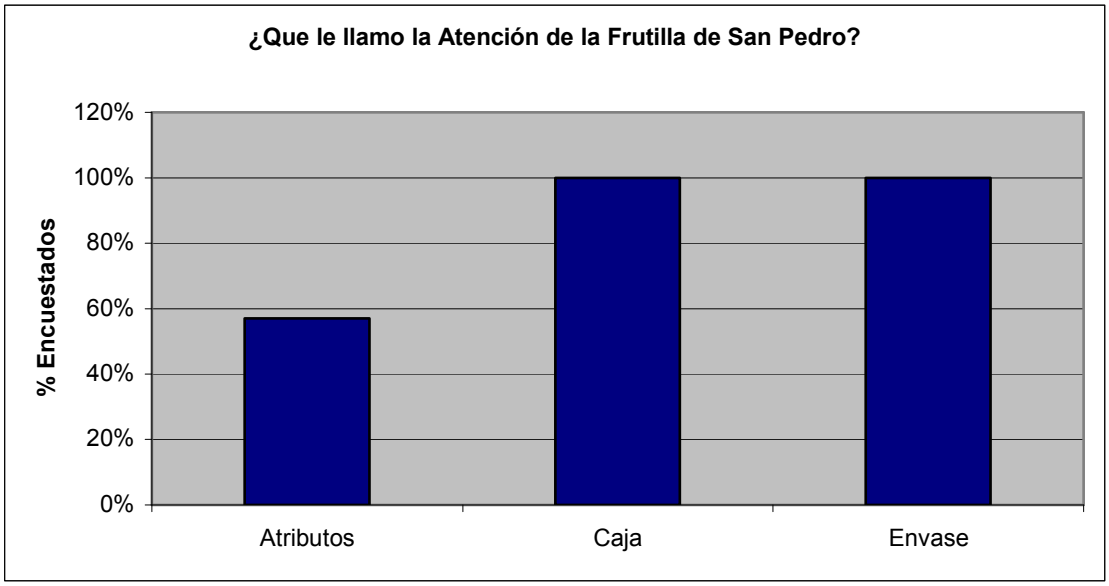
1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

Al momento de comprar frutillas, el 100% de los hoteles y restaurantes consultados se fija en los atributos de calidad de la frutilla, sabor, aromas, color, condición y tamaño. Asimismo, en orden de importancia, este segmento evalúa la calidad higiénica de la frutilla, la calidad del embalaje y envasado, el precio, y finalmente el lugar de procedencia de la frutilla.



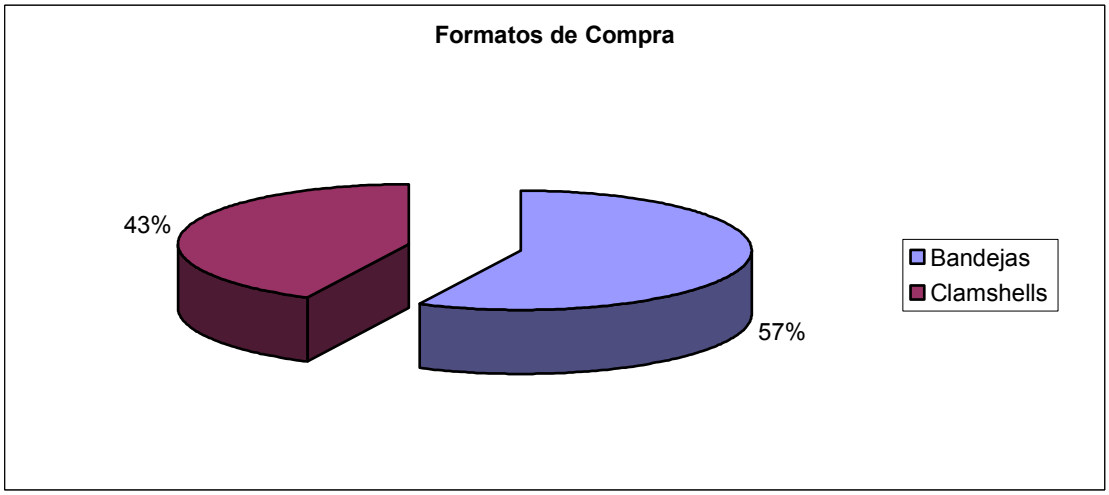
2. ¿Qué le llamo la atención de la frutilla de San Pedro?

El 100% de los consultados se interesó en las características de las cajas y los envases de presentación. Se pudo comprobar que, como consecuencia de lo anterior, la imagen de los atributos de calidad de la frutilla no captó el mismo interés que el provocado por la imagen de las cajas y los clamshells de 500 grs. y 1 kg.



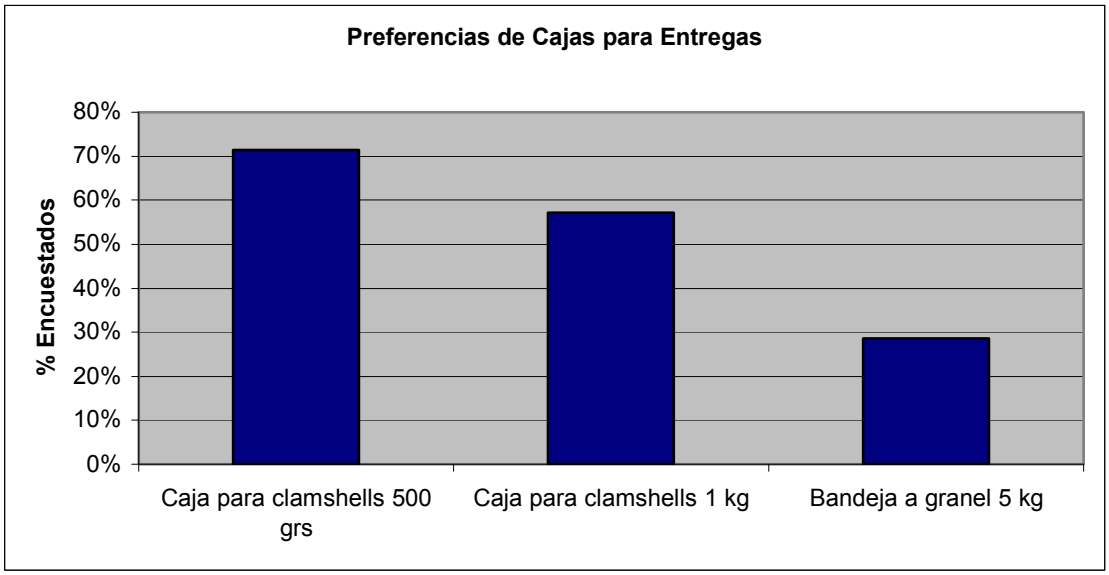
3. ¿En que tipo de formatos compra las frutillas?

La frutilla que se comercializa en los hoteles y restaurantes, se distribuye principalmente a través de bandejas plásticas y en clamshells



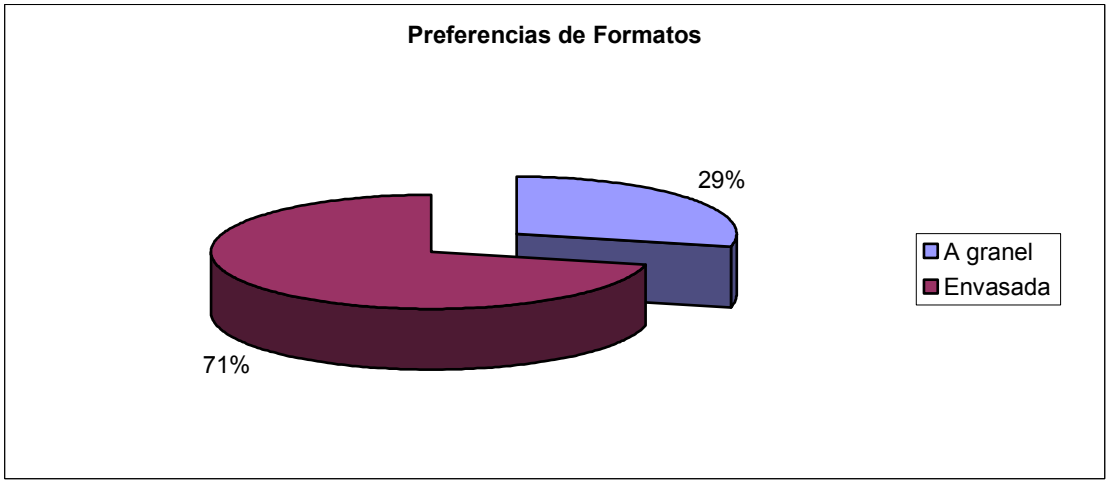
4. ¿Qué tipo de cajas prefiere para distribuir frutillas hasta su negocio (Hotel o Restaurant)?

Según los hoteles y restaurantes encuestados, la mayoría de estos prefieren las entregas en cajas con frutillas envasadas en clamshells, principalmente en formato de 500 gramos. La bandeja de 5 kilos con frutillas a granel como embalaje de entrega no fue valorada por la mayoría de los encuestados, al no transmitir la misma imagen de presentación que exhibieron las frutillas envasadas en clamshells.



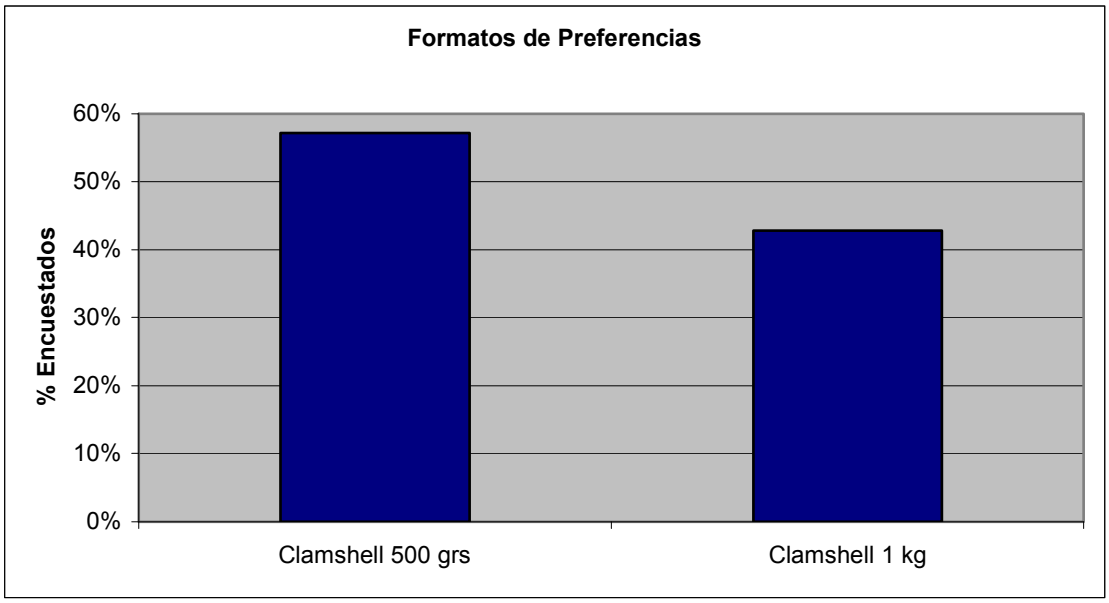
5. ¿Prefiere recibir las frutillas envasadas o a granel?

La mayoría de los consultados, afirmaron preferir la recepción de frutillas envasadas en clamshells, debido a la comodidad que ofrece para su almacenamiento y distribución, y por transmitir una imagen de calidad higiénica y segura de la frutilla.



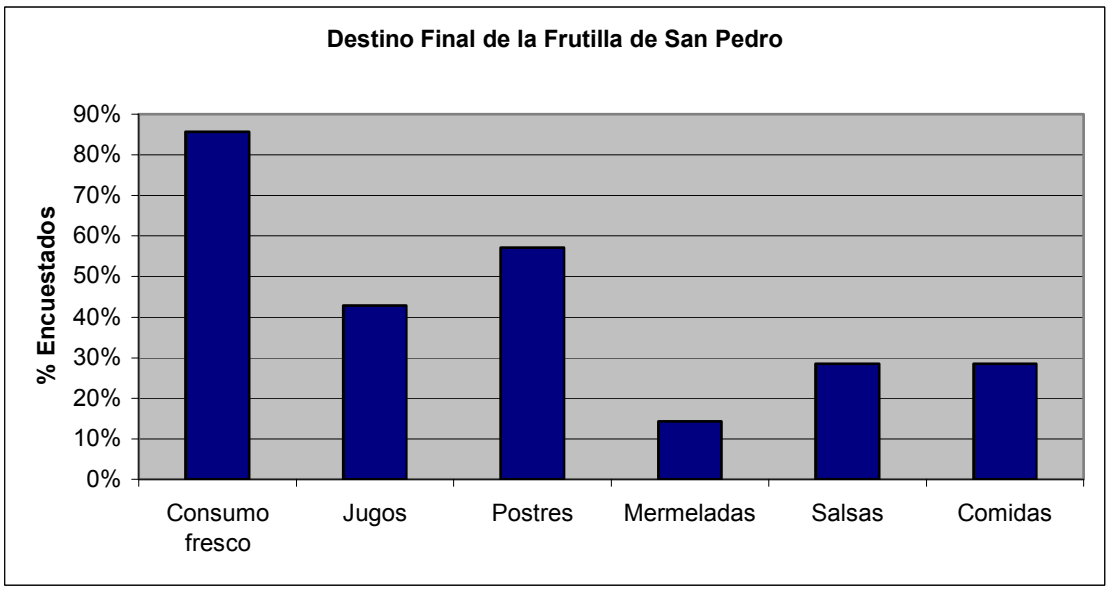
6. Si prefiere recibir las frutillas envasadas, ¿Que formatos prefiere?

De los consultados que afirmaron preferir las entregas de frutillas en formatos de clamshells, la mayoría prefirió el formato de 500 gramos.



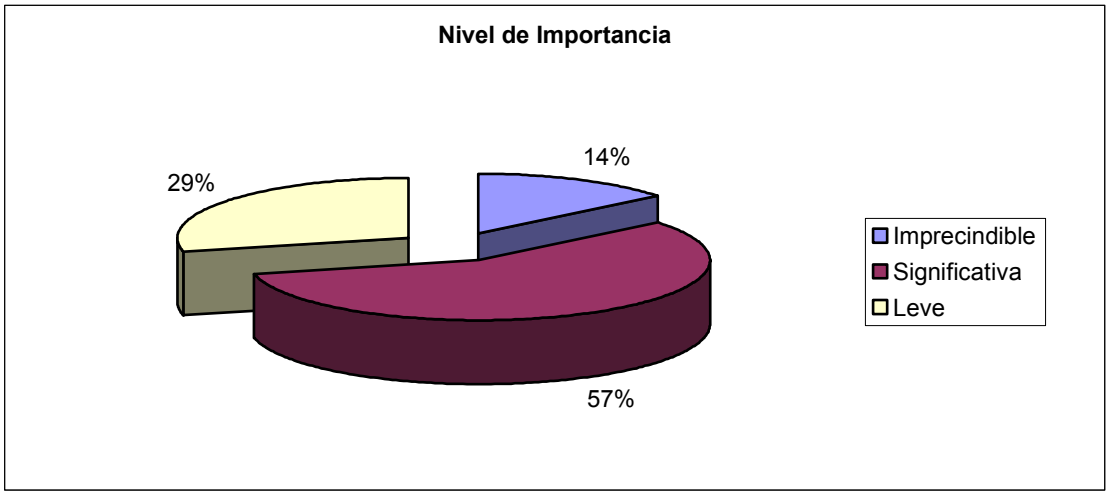
7. ¿Qué preparaciones realizará con la frutilla de San Pedro?

El principal destino de consumo para las frutillas de San Pedro entregadas a los hoteles y restaurantes, serán para su consumo en fresco, y elaboración de postres.



8. ¿Qué nivel de importancia le daría Ud. a este producto?

Para la mayoría de los consultados, la frutilla de San Pedro tendría una importancia significativa como insumo para su negocio. La mayoría de los encuestados manifestaron interés en contar con nuevos proveedores, ya que la frutilla es una fruta con una demanda regular durante el año, especialmente en hoteles, y por lo general, no cuentan con una oferta diversificada de proveedores, siendo el principal oferente Hortifrut.



9. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro'

El 100% de los hoteles y restaurantes encuestados afirmó estar interesados en comprar frutillas del Valle de San Pedro. Los principales motivos están relacionados con la necesidad de contar con más proveedores de frutillas, por la calida de la frutilla de San Pedro, sus atributos de aromas, sabor y tamaño, y por la calidad en la presentación de los productos (en formatos de cajas y envases).

10. Orden de importancia de los factores Marca, Caja, Clamshell y Frutilla.

En esta parte de la investigación a hoteles y restaurantes de Santiago, se pondero el grado de importancia que le otorga este segmento, de acuerdo a una escala de ponderación que va desde 0 hasta 100%, a los principales factores de los formatos de frutillas entregados como muestra:

- Frutilla (fruta)
- Clamshell (envase)
- Caja (embalaje)
- Marca (Valle de San Pedro)

Los encargados de hoteles y restaurantes, al momento de recibir las frutillas de San Pedro en los diferentes formatos de entrega, le otorgaron mayor relevancia, en orden de importancia, a:

1. Frutilla : 75%
2. Caja : 13%
3. Clamshell : 9%
3. Marca : 3%

De acuerdo a lo anterior, se observa que la mayor ponderación la obtuvo la Frutilla. En segundo lugar, se reconoce la Caja, y luego el Clamshell.

A continuación, se muestra el desarrollo de una matriz decisional, con un análisis de los factores de Marca, Clamshell, Caja y Frutilla. Estos últimos fueron desglosados en diferentes atributos los cuales fueron evaluados con nota de 1 a 3, siendo 1 la calificación más baja, y 3 la nota más alta.

Las calificaciones promedio según el tipo de formato de entrega se muestran a continuación:

Marca (Relevancia 3%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.*
Diseño	2,70	2,70	ncm
Color	2,70	2,70	ncm
Mensaje	3,00	3,00	ncm
Atractivo	2,90	2,90	ncm
Posición	2,90	2,90	ncm
Total Ponderado Marca	**0,43**	**0,43**	

Caja (Relevancia 13%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Diseño	2,90	2,90	2,70
Tamaño	3,00	3,00	2,90
Color	2,90	2,90	2,90
Apilable	3,00	3,00	3,00
Capacidad	3,00	3,00	3,00
Sello de Calidad	3,00	3,00	3,00
Material	3,00	3,00	3,00
Total Ponderado Caja	**2,70**	**2,70**	**2,67**

Clamshell (Relevancia 9%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.**
Diseño	3,00	3,00	ncc
Tamaño	3,00	3,00	ncc
Material	3,00	3,00	ncc
Etiqueta	2,90	2,90	ncc
Sello de Seguridad	3,00	3,00	ncc
Total Ponderado Clamshell	**1,34**	**1,34**	

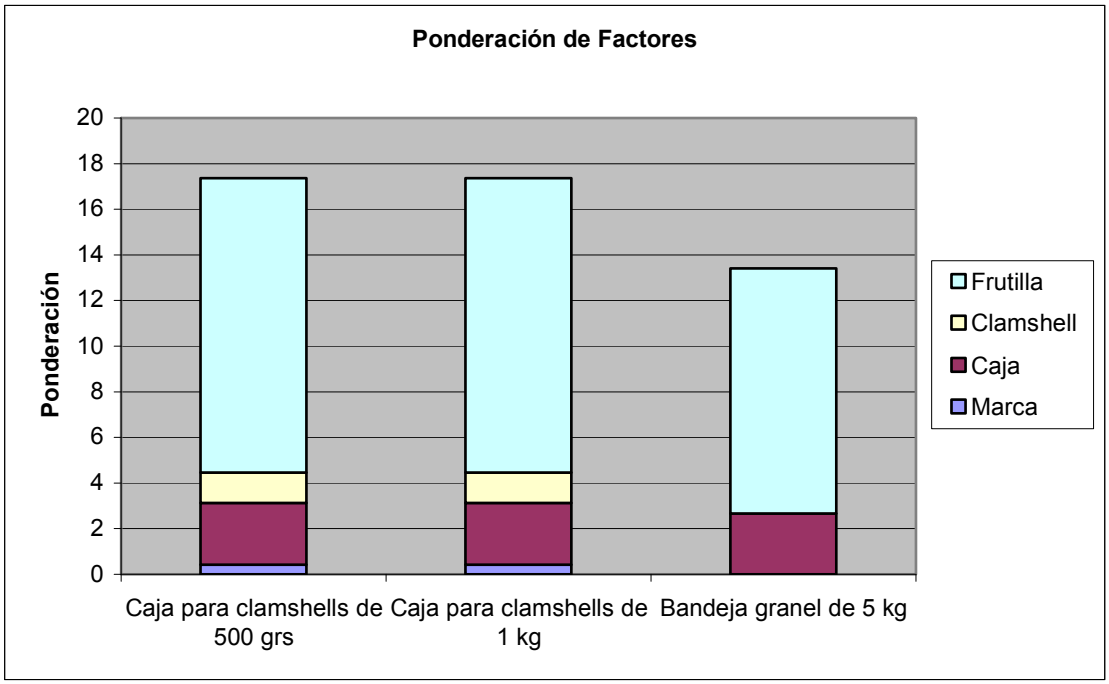
Frutilla (Relevancia 75%)	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
Color	2,90	2,9	2,4
Sabor	2,70	2,7	2,3
Aroma	2,90	2,9	2,4
Frescura	2,90	2,9	2,4
Higiene	2,90	2,9	2,4
Tamaño	2,90	2,9	2,4
Total Ponderado Frutilla	**12,90**	**12,90**	**10,73**

	Caja para clamshell de 500 grs.	Caja para clamshell de 1 kg.	Bandeja a granel de 5 kg.
TOTAL PONDERADO	**17,37**	**17,37**	**13,40**

* ncm: no considero marca
** ncc: no considero clamshell

Donde Total Ponderado = Σ (variables de cada factor) x (% Relevancia).

En base al ordenamiento de los datos obtenidos a través de la matriz decisional, se obtuvo un valor ponderado medible para cada formato de entrega, relacionado con los factores de Marca, Caja, Clamshell y Frutilla. Mediante el siguiente grafico, se muestran los elementos mas valorados de los principales formatos de frutillas.



Dentro de los elementos que componen las cajas entregadas, la frutilla es el factor más importante para los hoteles y restaurantes, según los tres formatos de entrega (en cajas para clamshells de 500 grs, en cajas para clamshells de 1 kg, y a granel en bandejas de 5 kg. de frutillas frescas).

Sin embargo, las características del embalaje y envasado del producto generaron interés y atracción entre los ejecutivos de compras y chef de cocina de este segmento al momento de recibir las frutillas. Se pudo comprobar que la calidad en la presentación, la imagen de seguridad e higiene, y la comodidad para almacenamiento que ofrecen las cajas y los envases, fueron atributos bien valorados, cuyos formatos, diseños, tamaños, contenido, materiales de elaboración, colores, etc. se ajustan a los requerimientos y exigencias de compra que demandan hoteles y restaurantes.

Respecto a la marca Valle de San Pedro, los encuestados no le otorgaron mayor importancia, evidenciando que el interés se centró principalmente en los atributos de calidad de la frutilla, las características de las cajas y de los clamshells.

7.5.3 Resultados Focus Group

Con el objeto de validar los antecedentes propuestos en el plan de marketing y los resultados obtenidos en terreno con el plan piloto para promocionar y someter a prueba comercial la frutilla de San Pedro en los puntos de venta, el día 24 de marzo de 2009 se procedió a realizar un taller Focus Group en el que participaron especialistas en marketing y publicidad, encuestadores en puntos de venta, representantes de ferias mayoristas, ferias libres y restaurantes, y representantes de los consumidores.

La reunión se baso en analizar la experiencia piloto desarrollada en las ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes seleccionados como muestra experimental, de la cual se obtuvieron las siguientes conclusiones como apoyo al trabajo de investigación:

Feria Lo Valledor

- Los principales compradores de la frutilla de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres y de verdulerías.
- Los factores claves de compra para este segmento fueron los atributos de calidad de la frutilla, la marca Valle de San Pedro y el envasado en clamshells.
- El formato de caja preferido para recibir frutillas fue la caja para clamshells de 500 gramos.
- El envase tipo clamshell fue preferido por los comerciantes dada su comodidad para manipulación y venta, a diferencia de la bandeja a granel la cual no fue apreciada por los mayoristas, y además por tener diferencias de peso respecto de los 5 kilos.
- Producto con alta rotación de ventas.
- El Valle de San Pedro es conocido por la mayoría de los comerciantes y compradores consultados.
- En este segmento, la frutilla de San Pedro fue vista como un producto novedoso por tener una imagen destacable (vistoso) entre el surtido de productos de los mayoristas.

Mercado Vega Central

- Los principales compradores de la frutilla de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres, distribuidores y público particular.
- Los factores claves de compra fueron los atributos de calidad de la frutilla y el envasado en clamshells.
- La marca Valle de San Pedro no fue relevante como factor de compra para el comerciante y para el cliente (desapercibido).
- El formato de caja preferido para recibir frutillas fue la caja para clamshells de 500 gramos.
- Los comerciantes señalaron problemas con los sellos de seguridad de los clamshells, y solicitaron que para un eventual negocio, el producto debe contar con resolución sanitaria.
- Material novedoso de los productos y presentación aceptable en cajas y clamshells.
- Producto con una rápida rotación en la venta.

Ferias Libres

- Los factores claves de compra para el segmento de ferias libres fueron los atributos de calidad de la frutilla, la higiene y el envasado en clamshells.
- El formato de venta preferido por los ferianos y los consumidores fue el envasado en clamshells de 1 kilo.
- Los consumidores en ferias atribuyeron al envase tipo clamshell (de 500 gramos y 1 kilo) sinónimo de seguridad y comodidad.
- El sello de seguridad de los clamshells fue considerado importante para el consumidor que buscó frutillas con garantía de calidad asegurada (imagen de producto limpio e higiénico).
- La venta de frutillas a granel no es bien vista por el consumidor por la manipulación que se hace con las manos durante la venta (venta tradicional).
- Se determinó la presencia de dos tipos de consumidores en las ferias:

    - Consumidores preocupados por la calidad del producto que viene envasado en clamshells con sellos de calidad (sinónimo de que el producto no ha sido manipulado).
    - Consumidores mas preocupados en el precio que pagan por el peso de los clamshells, es decir, pagan de acuerdo al peso real que compran y de ser necesario solicitan abrir el clamshell (y romper el sello) para comprobar su peso.

- La mayoría de los consumidores no pudo apreciar las cajas cuando el feriano retiro los clamshells de estas (principalmente por motivos de espacio físico).
- No obstante, los consumidores que observaron las cajas, las asociaron con cajas tipo “exportación”.
- La bandeja a granel no fue considerada con aptitud apilable según los ferianos.
- La marca no fue relevante para el consumidor (no fue un factor de compra).
- La publicidad en las ferias no fue percibida por los consumidores, a excepción de los folletos informativos (los cuales les fueron entregados en sus manos).
- Por el contrario, los ferianos valoraron la publicidad en la feria.
- Los clamshells con frutillas tuvieron una rotación de ventas más alta cuando estos se vendieron fuera de las cajas, que en su interior.
- Los principales destinos de la frutilla de San Pedro fueron para consumo en fresco, preparación de postres y jugos.

Hoteles y Restaurantes

- Los factores claves de compra para el canal HORECA fueron los atributos de calidad de la frutilla, la higiene, el embalaje y envasado.
- Preferencia por frutillas envasadas.
- El formato de caja preferido para recibir frutillas fue la caja para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo.
- Mayor preferencia por el formato clamshells de 500 gramos y de 1 kilo.
- Las cajas y los clamshells resultaron novedosos por su imagen de presentación.
- Importancia en contar con nuevos proveedores de frutillas dada la baja cantidad de oferentes en el mercado.
- Necesidad de compras regulares durante el año, debido a la demanda constante de este producto durante el año.
- Principales destinos para la frutilla de San Pedro: Consumo en fresco y preparación de postres y jugos.
- Apreciación por calidad de la frutilla de San Pedro, su aroma, sabor, tamaño, y presentación en formatos de cajas y envases tipo clamshells.

7.6 Instalación Imagen Corpórea

En estos momentos, se esta desarrollando la instalación de una imagen monumental de la frutilla en la comuna de San Pedro, específicamente en el denominado cruce las arañas (intersección de las rutas hacia el Lago Rapel, Santo Domingo y Melipilla).

Esta actividad, constituye una instancia única, la que por primera vez en la historia, permitirá promocionar y posicionar la frutilla y el Valle de San Pedro como "Capital de la Frutilla", a través del impacto visual que generará la instalación de la imagen de una frutilla volumétrica monumental, por las dimensiones de su tamaño, el diseño de su arquitectura, y sus colores distintivos.

La imagen de la frutilla tendrá unas dimensiones aproximadas de 4 metros de alto y 3 metros de ancho, montada sobre un pedestal de 1,5 metros de alto y 2,5 metros de ancho con la inscripción "Valle de San Pedro Capital de la Frutilla Chilena".

La frutilla será elaborada en base a láminas de fierro de 0,8 mm de espesor, recubiertas con PVC de alto impacto, y sostenida por estructuras de perfiles metálicos en su interior para dar rigidez al material. Esta será sostenida por 2 pilares cuadrados metálicos empotrados al suelo sobre fundaciones de cemento y refuerzos de perfiles metálicos interiores para fijar fuertemente la frutilla a los pilares. Estos a su vez serán recubiertos en su exterior con tubos de cartón resistentes, con impermeabilizado de alto espesor y resistencia metalizada exteriormente para dar una óptima presentación visual.

El pedestal base será construido con planchas KBP (K Board Panel) de 15 mm de espesor, reforzadas con una estructura de perfiles en su interior para darle rigidez, y con una cubierta metalizada para mejorar su presentación, con la inscripción "Valle de San Pedro Capital de la Frutilla Chilena".

La gigantografía de la frutilla se circunscribe dentro del circuito de letreros publicitarios camineros instalados en la zona de San Pedro, y la publicidad instalada en la planta de la empresa Agrofrutillas San Pedro S.A. Dadas las características de dinamismo vehicular de este circuito, donde se intersectan las rutas al Lago Rapel, Santo Domingo y Melipilla, zonas con un alto trafico vehicular diario, se generará un efecto de repetición cotidiana del mensaje para los automovilistas que transitan este sector, efecto que será reforzado por el impacto visual y promocional que generará una imagen monumental de la frutilla de San Pedro en este sector.

8. IMPACTOS Y LOGROS DEL PROYECTO

A continuación, se describen los impactos y logros obtenidos con la ejecución del proyecto:

Logro	Al inicio del Proyecto	Al final del proyecto	Observaciones
Característica del producto en términos de su:			
Calidad	Producto de alta calidad (aromas, sabor, color, calibre), pero con bajo nivel de posicionamiento.	Las actividades de posicionamiento dieron a conocer tanto la calidad como el origen del producto, marcando preferencias en los consumidores.	El producto mejoró su valor de venta principalmente por el cambio de presentación al consumidor (intermedio-final), además se mejoró el posicionamiento de la zona de producción, la que ya era reconocida como productora de frutillas.
Valor	Producto con bajo valor comercial, dado por la venta del producto solo en formato a granel.	El producto aumentó su valor de venta con las acciones ejecutadas, dado principalmente por el cambio en la presentación del producto (venta en clamshells).	
Costos de producción	Bajos costos asociados a las actividades de promoción y envasado, ya que el producto es vendido en formato granel de 5 Kg.	Aumentó en el costo de producción dado por el embalaje y el acondicionamiento de envases para la venta de la fruta.	El aumento del costo en compensado ampliamente por el aumento en el ingreso por venta del producto.
Ventas y/o Ingresos			
Nacional	Ingresos dados por el mercado a granel, el cual no deja espacio a márgenes amplios.		
Internacional	No hay		
Nuevas oportunidades de Mercado	El producto solo se comercializaba en mercados mayoristas, dado por la venta en formato a granel.	Existen nuevos interesados en comprar bajo el formato ejecutado en el proyecto, tanto en mercados mayoristas (La Vega, Lo Valledor), como en el mercado de hoteles, restaurantes y ferias libres.	Se amplió el mercado objetivo, pasando del mercado mayorista, a un mercado constituido por ferias libres, hoteles y restaurantes.

9. PROBLEMAS ENFRENTADOS

A continuación, se señala el principal problema enfrentado durante el proyecto y las medidas tomadas para enfrentarlo de acuerdo a su origen:

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
Inviabilidad comercial en la instalación de un punto de venta de frutillas en la vía publica.	Se reemplaza la actividad de instalación de un puesto de venta de frutillas en la vía pública, por la instalación de una imagen corpórea de la Frutilla de San Pedro.	Ante la imposibilidad de generar el impacto comercial esperado con la instalación de un punto de venta de frutillas, se estima que la instalación de una imagen monumental de la frutilla de San Pedro generará un impacto visual en la vía pública que permitirá posicionar la frutilla y el Valle de San Pedro como la "Capital de la Frutilla Chilena".

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto Desarrollo del Posicionamiento de la Frutilla de la Zona de San Pedro se basó en el desarrollo de dos ejes de acción, los que determinaron las alternativas para posicionar y promocionar la frutilla del Valle de San Pedro.

El primero de ellos fue el desarrollo de actividades genéricas, las cuales consistieron en la generación y consolidación de un sistema de actividades para vincular las acciones de promoción existentes con la comuna de San Pedro. El segundo, consistió en la ejecución de actividades de promoción en puntos de venta de Santiago mediante la implementación de diversas acciones para inducir a los intermediarios a que promuevan y generen venta de frutillas de San Pedro.

10.1 Actividades Genéricas

Instalación de Avisos Camineros

La primera de las actividades genéricas desarrolladas fue la instalación de un circuito de letreros camineros publicitarios en San Pedro y alrededores. Cabe señalar que esta iniciativa se realiza por primera vez en la comuna de San Pedro en más de 40 años de producción de frutillas, lo cual permitirá mejorar el posicionamiento de la frutilla y del Valle de San Pedro como zona productora.

El proceso para su implementación comenzó con la realización de talleres Focus Groups entre productores de frutillas, funcionarios de la municipalidad de San Pedro, especialistas en marketing y diseño, y agentes de comercialización, los cuales dieron como resultado, después del análisis de varias maquetas de prueba, la definición de los avisos mas representativos según información generada por el estudio de mercado de la frutilla. Para el diseño comunicacional de los avisos, se consideró la incorporación de los elementos diferenciadores que potencien la imagen de la frutilla y el Valle de San Pedro.

Los letreros fueron instalados en puntos estratégicos de la vía pública de gran afluencia automovilística, y a su vez, accesos obligados para el transito a Melipilla, Pichilemu, Lago Rapel y Santo Domingo.

Publicidad Imagen Corporativa Agrofrutillas San Pedro

Se desarrollaron avisos publicitarios con la marca Agrofrutillas San Pedro, empresa beneficiaria directa del proyecto.

Se instalaron letreros publicitarios en la planta productiva, los cuales ayudarán a aumentar el posicionamiento de la imagen de marca de la empresa, la imagen de la frutilla y el Valle de San Pedro, creando efectos diferenciadores y de impacto visual por medio de sus diseños y colores distintivos que contribuirán con aumentar las ventas de frutillas.

Además, se instalaron avisos en el camión de distribución de frutillas de la empresa, aprovechando el impacto visual que genera la publicidad móvil el cual ayuda a incrementar el alcance, la frecuencia y el impacto publicitario de la marca.

Cabe señalar que Agrofrutillas San Pedro es la empresa mas importante enclavada en la zona de San Pedro, empresa que externaliza sus beneficios directa e indirectamente a los mas de 7 mil habitantes de la comuna de San Pedro y sus alrededores, entre ellos, la gran mayoría de los productores agrícolas y sus familias que viven y dependen de esta actividad.

Fiesta de la Frutilla en San Pedro

Durante el mes de febrero, se llevo a cabo, por primera vez en la historia de San Pedro, la organización y realización de la Fiesta de la Frutilla, actividad desarrollada en las dependencias municipales de la comuna, la que, a través de la muestra de diversos espectáculos artísticos y musicales, premiaciones a los mejores productores de frutillas y muestras de repostería típica de la zona, permitió generar una instancia para convocar a la comunidad Sanpedrina y a importantes autoridades regionales y locales en torno a la frutilla de San Pedro. Para la implementación del evento, se elaboro un plan publicitario el que incluyo el desarrollo de volantes, palomas, lienzos publicitarios y el uso de medios de comunicación locales tanto escritos como radiales.

Se recomienda realizar nuevamente la Fiesta de la Frutilla, sin embargo esta debería ser programada en una época de mayor actividad productiva, fecha que podría ser en el mes de noviembre o diciembre. Para esta ocasión, será aconsejable repetir la exitosa experiencia que tuvo esta versión, coordinando las actividades en conjunto con la Municipalidad de San Pedro e integrarse con las actividades del Programa Verano en Buena del Consejo de Cultura y las Artes, para dar un mayor impacto promocional y convocatoria al evento, dada la positiva experiencia obtenida en el desarrollo de su primera versión.

El evento deberá desarrollarse dentro de un marco de actividades artísticas, musicales, recreativas, que incluya repetir las acciones de premiación a los mejores productores, o al productor del año, elegir a la "Miss Frutilla" de San Pedro, y desarrollar más espacios para las muestras culinarias, así como la exhibición a público de nuevas alternativas gastronómicas para la frutilla de San Pedro, que incluyan distinciones y premiaciones a las preparaciones mas innovadoras que utilicen frutillas.

Mapa de la Frutilla

Se desarrolló una guía Mapa de la Frutilla la que servirá como base para la implementación de un circuito agroturístico en el Valle de San Pedro, permitiendo atraer el flujo turístico a los principales puntos de interés de la zona de San Pedro y localidades cercanas, y a su vez, sirva como una instancia cultural y educativa para los visitantes.

Con la elaboración del mapa, se logró formar una estructura asociativa que convocó a diferentes actores participantes de la actividad agroturística de San Pedro, entre ellos, autoridades municipales, productores de frutillas y comerciantes locales, a través de la cual se facilitará la promoción, difusión y comercialización, a objeto de mostrar un producto de calidad de amplio reconocimiento y divulgación.

Se recomienda incorporar al circuito agroturístico de la frutilla de San Pedro, nuevos puntos de interés turístico, recuperando mas espacios de carácter patrimonial y natural existentes en la comuna de San Pedro, como la existencia de casas patronales históricas, paisajes naturales, desarrollar nuevas unidades de negocio en torno a las actividades gastronómicas, aprovechando la existencia de una cultura de cocina típica en San Pedro, y vincular las actividades de la ruta de la frutilla con actividades tradicionales de la zona como los rodeos, carreras a la chilena, carreras de perros galgos y la trilla a yegua suelta.

10.2 Actividades en Puntos de Venta

Se llevo a cabo, con carácter de plan piloto experimental, el lanzamiento de la imagen de la frutilla de San Pedro en diferentes puntos de venta de Santiago.

El plan piloto consistió en la entrega de frutillas en calidad de muestras, embaladas y envasadas en innovadoras cajas y envases, incluyendo un etiquetado con la marca Valle de San Pedro y sellos de seguridad en los envases, en diferentes puntos de venta definidos en el plan piloto: ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes de Santiago. En ellos, se sometió el producto a prueba comercial y testeo de los diferentes formatos de cajas, envases, etiquetas y sellos de seguridad, evaluación de los atributos de calidad de la frutilla, determinación de factores de compra relevantes, y ejecución de acciones de promoción y venta.

Posteriormente, se procedió con aplicar entrevistas y encuestas a los líderes de opinión de los canales de comercialización y consumidores que participaron en la experiencia piloto.

Los resultados obtenidos en la aplicación de las entrevistas y encuestas a los agentes comerciales y consumidores que forman parte en la cadena de distribución de la frutilla, determinaron que el principal factor de decisión de compra fueron los atributos de calidad de la frutilla. Según la mayoría de los encuestados, reconocieron en la frutilla de San Pedro un producto de calidad, con atributos distintivos y únicos en cuanto a aromas, sabor, color y tamaño.

En relación a los formatos de entrega, se comprobó la existencia de una mayor preferencia en la presentación de frutillas embaladas en las cajas para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo. La bandeja con 5 kilos de frutillas a granel no tuvo preferencias en la mayoría de los puntos de venta, principalmente porque el consumidor final busca productos envasados ya que estos formatos de presentación generan una imagen de producto limpio, sano, seguro, y además proporcionan una mayor facilidad para su manipulación, traslado y almacenamiento.

Respecto a los otros elementos del producto como el etiquetado y los sellos de seguridad presentes en los envases, se pudo determinar que en la mayoría de los casos analizados, tanto en comerciantes como en consumidores, estos fueron bien valorados en la presentación de las frutillas. Sin embargo, individualmente no fueron considerados como factores claves de compra por el consumidor.

Finalmente, respecto a la marca Valle de San Pedro, pese a ser bien valorada en términos de su diseño, colores y mensaje, por la mayoría de los encuestados, esta no cobró importancia significativa como atributo del producto.

Es importante señalar el hecho de que el posicionamiento de la marca Valle de San Pedro no tuvo efectos inmediatos en los puntos de venta al no ser un producto conocido por la mayoría de los segmentos de mercado y consumidores. No obstante, se puede conseguir un posicionamiento por diferenciación a partir del mediano plazo, mediante la fijación de elementos únicos y diferenciadores en el producto, incorporando valor en sus atributos de calidad, higiene, beneficios para la salud, calidad del embalaje, envasado, y etiquetado, con sellos de seguridad en los clamshells. Estos serán los elementos que, en su conjunto, van a configurar la imagen de la frutilla de San Pedro, y por los cuales la marca Valle de San Pedro será reconocida, como un producto de calidad superior, con aceptación de los consumidores.

Cabe destacar, como resultado de la experiencia comercial realizada en los puntos de venta, el interés manifestado por los agentes comerciales mayoristas y minoristas en adquirir frutillas de San Pedro de acuerdo a los formatos de entrega desarrollados para la prueba piloto. Como consecuencia de lo anterior, la empresa beneficiaria del proyecto, Agrofrutillas San Pedro S.A., recibió constantes solicitudes de despachos de frutillas frescas a puntos de venta de ferias mayoristas, ferias libres, hoteles y restaurantes, ya que estos últimos reconocieron en la frutilla de San Pedro un producto de alta calidad, que cumple con todos los estándares y requerimientos para su consumo.

A continuación, se muestran las principales conclusiones y recomendaciones a partir del análisis de las actividades Focus Groups dirigidas a los diferentes puntos de venta de Santiago:

Feria Mayorista Lo Valledor

El plan contempló la entrega de muestras de frutillas frescas a comerciantes mayoristas de la feria Lo Valledor, quienes posteriormente se encargaron de promover y vender el producto.

Con el propósito de obtener información relacionada con los resultados de la promoción y venta de las frutillas de San Pedro, se realizaron entrevistas a los comerciantes de Lo Valledor en cada punto de venta seleccionado como muestra de estudio.

De acuerdo a los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a los agentes de venta de Lo Valledor, se determinó que para este segmento, los principales compradores de frutillas de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres y de verdulerías. En menor medida, llegaron compradores de hoteles, restaurantes, casinos, y comerciantes informales hasta Lo Valledor a comprar frutillas.

Se determinó que el formato de cajas como medio de embalaje preferido, tanto por comerciantes mayoristas como por los consumidores de frutillas, fueron principalmente las cajas para 10 clamshells de 500 gramos debido a la mayor capacidad de clamshells para almacenar y vender las frutillas.

En general, se comprobó que los comerciantes y clientes prefirieron principalmente las frutillas envasadas en clamshells, especialmente el formato de 500 gramos, dada la buena presentación e imagen del producto, la comodidad del envasado para su manipulación y venta. En cambio, la bandeja con frutillas a granel no causo interés, en virtud de que el comerciante mayorista y el cliente prefirieron un producto envasado y etiquetado con una marca.

En cuanto a los atributos de compra para los comerciantes de Lo Valledor, estos fueron principalmente los atributos de calidad de la frutilla, la marca Valle de San Pedro y envasado en clamshells. Contribuyó a la apreciación de la marca el conocimiento que manifestaron los mayoristas respecto del Valle de San Pedro como zona productora de frutillas, quienes asociaron este aspecto con la marca del producto entregado.

Respecto a los precios de venta de la frutilla de San Pedro observados para los diferentes formatos (en pesos de marzo de 2009), la caja para 10 clamshells de 500 gramos se vendió a un valor promedio de $4.875/caja; la caja para 5 clamshells de 1 kilo a $4.875/caja; y la bandeja de 5 kilos de frutillas a granel a $2.830/bandeja.

Ante la consulta de que precio estarían dispuestos a pagar por la frutilla de San Pedro en sus diferentes formatos de entrega, la totalidad de los mayoristas encuestados afirmaron estar dispuestos a pagar $3.500 por la caja con los clamshells de 1 kilo y $2.300 por la bandeja de 5 kilos a granel. Mientras que solo un 75% de los encuestados estaría dispuesto a pagar $4.400 por la caja con los clamshells de 500 gramos (en pesos de marzo de 2009).

Por otro lado, se pudo comprobar la alta valoración que tienen los consumidores en Lo Valledor (ferias libres, verdulerías, etc.) respecto a la frutilla de San Pedro, y esto se reflejo en su disposición a pago, ya que se comprobó que más del 70% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de $4.000 por la caja para clamshells de 500 gramos y de 1 kilo, versus un 29% de los encuestados que están dispuestos a pagar no mas de $3.499 por las cajas de ambos formatos (en pesos de marzo de 2009).

La situación se repite con los precios de la bandeja de 5 kilos a granel, donde se observó que un 86% de los encuestados manifestaron estar dispuestos a pagar entre $2.000 y $2.499 por la bandeja de 5 kilos a granel, mientras que el 14% restante afirmó que pagarían entre $1.500 y $1.999 por este formato (en pesos de marzo de 2009).

En términos generales, los mayoristas de Lo Valledor valoraron la buena presentación de la frutilla de San Pedro, la calidad del embalaje y envasado, el lugar de procedencia y la calidad del producto en cuanto a sus atributos, los cuales contribuyeron en una rápida de venta y aceptación por toda la cadena de comercialización.

Así como también, valoraron la entrega de los regalos corporativos, los cuales sirvieron para fidelizar al mayorista con la frutilla, contribuyendo con la generación de un espacio promocional e informativo para la frutilla de San Pedro en el punto de venta.

Se recomienda que las futuras entregas de frutillas a comerciantes de Lo Valledor, se realice en calidad de producto envasado, dado los resultados obtenidos en la prueba piloto. Las frutillas entregadas en formatos de cajas con clamshells, especialmente el clamshell de 500 gramos, resultaron positivas y bien valoradas por los comerciantes y compradores de frutillas de San Pedro en Lo Valledor, quienes vieron que en este formato, la frutilla tiene una mejor presentación para venta, y su manipulación es mas practica que el formato de bandeja a granel, la cual no genero interés, tanto en comerciantes como en sus compradores, debido a que no es un formato comparable con la calidad de presentación que exhibieron los formatos de frutillas envasadas.

Mercado Vega Central

Se entregaron frutillas de muestra a comerciantes mayoristas de la Vega Central de Santiago, quienes se encargaron de su posterior entrega y venta a clientes. En este mercado, se observó que los principales compradores de frutillas de San Pedro fueron comerciantes de ferias libres, distribuidores y público particular.

En este segmento, el formato de embalaje preferido fue el formato de cajas para 10 clamshells de 500 gramos, para el comerciante y el cliente. Estos, a su vez, prefirieron las frutillas envasadas, especialmente en envases formato clamshell de 500 gramos por la calidad en la presentación de las frutillas. En cambio, la bandeja con frutillas a granel no tuvo aceptación en este segmento, ya que los comerciantes y clientes dieron su preferencia por un producto envasado.

Se determinó que los principales factores de compra para los mayoristas de la Vega fueron los atributos de calidad de la frutilla y el envase tipo clamshell, restando importancia a otros factores como la marca Valle de San Pedro, la cual no fue relevante como factor de compra, pasando desapercibida. Pese a no ser el factor mas importante en la compra, las cajas, especialmente las cajas para 10 clamshells de 500 gramos, fueron valoradas por su comodidad para transportar las frutillas y “llamativa” por sus colores, forma y diseño.

En relación a los precios de venta para los diferentes formatos, la caja para 10 clamshells de 500 gramos se vendió a un precio promedio de $4.000/caja; la caja para 5 clamshells de 1 kilo a un precio de $3.750/caja; y la bandeja de 5 kilos de frutillas a granel se vendió a $2.000/bandeja (en pesos de marzo de 2009).

De acuerdo a los siguientes precios (en pesos de marzo de 2009) propuestos a las frutillas de San Pedro:

Caja para 10 clamshells de 500 gramos : $4.400/caja
Caja para 5 clamshells de 1 kilo : $3.500/caja
Bandeja para venta a granel de 5 kilos : $2.300/bandeja

Se comprobó que el 50% de los mayoristas encuestados afirmaron no estar dispuestos a pagar estos precios; el 25% cree que estos valores son conversables ya que cambian todos los días; y solo el 25% restante opinó estar de acuerdo con los precios propuestos a pagar.

Tanto los mayoristas de la Vega Central como sus clientes manifestaron interés en comprar frutillas de San Pedro, destacando que ven en este producto un negocio rentable, con una buena aceptación del cliente, la confianza del envase, y sus características de fruta sana.

Para este segmento, se recomienda que las entregas de frutillas se hagan en formatos de envasado, dada las percepciones que tuvieron los comerciantes y clientes en la Vega Central respecto de los formatos de presentación de la frutilla de San Pedro, de los cuales, la mayor aceptación la tuvo el formato de caja para clamshells de 500 gramos.

Ferias Libres

Se contempló la entrega de frutillas de muestra a comerciantes de ferias libres de Santiago, pertenecientes a los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2.

En las ferias libres seleccionadas se determino que los factores más relevantes de la frutilla de San Pedro fueron los atributos de calidad de la frutilla, la higiene, y el envasado en clamshells.

El formato de venta preferido por los ferianos y por los clientes fue la venta en envases de chamshells de 1 kilo. Según los ferianos, fue el formato con rotación mas alta de ventas. La venta a granel no fue bien vista por el consumidor final desde un punto de vista higiénico por la manipulación de las frutillas. En cambio, el formato de venta en envases tipo clamshell fue valorado por transmitir un mensaje de seguridad e higiene. Además, en el envase se valoro la presencia de sellos de seguridad, especialmente en aquellos consumidores que buscaron un producto de calidad garantizada, limpio e higiénico.

Cabe destacar que las cajas litografiadas con la marca Valle de San Pedro no pudieron ser percibidas por la mayoría de los consumidores encuestados en las ferias libres. Por un lado, estas no pudieron ser vistas, principalmente porque los ferianos, al no disponer de espacio físico suficiente en sus puestos de ventas, tienen la cultura de retirar los clamshells del interior de las cajas para su muestra a los consumidores, dejando a un lado aparte las cajas. Por otro lado, porque el consumidor final centro su atención principalmente en las características organolépticas de la frutilla (sabor, aromas, tamaño, colores) y en la presentación en envases clamshells como elementos de decisión al momento de comprar frutillas.

Además, para los ferianos, los clamshells con frutillas tuvieron una venta más rápida cuando estos se vendieron fuera de las cajas que en su interior.

Respecto a los precios de venta de las frutillas, el envase formato clamshell de 500 gramos se vendió a un precio promedio de $530/clamshell; el clamshell de 1 kilo a $1.050/clamshell; y la frutilla a granel se vendió a $980/kilo (en pesos de marzo de 2009).

Respecto a que precios (en pesos de marzo de 2009) estarían dispuestos a pagar los ferianos por las frutillas de San Pedro, se comprobó que para la caja con 10 clamshells de 500 gramos, el rango de precios mínimo a pagar fue de $1.000 a $1.499 por la caja, mientras que el máximo rango de precios a pagar fue de $3.000 a $3.499 por la caja. De los ferianos encuestados, un 50% estaría dispuesto a pagar entre $2.500 y 2.999 por la caja con clamshells de 500 gramos, mientras que solo un 8% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre $1.000 y $1.499 por la caja. Si a lo anterior se agrega que más del 70% de los ferianos encuestados estaría dispuesto a pagar más de $2.500 por la caja, se puede concluir en la alta valoración que le otorgaron los ferianos a la frutilla de San Pedro.

Para el formato de caja con 5 clamshells de 1 kilo, el rango de precios mínimos observado a pagar fue entre $1.500 a $$1.999 por la caja, y el rango máximo de precios entre los $4.500 y $4.999 por la caja. De los ferianos encuestados, un 66% estaría dispuesto a pagar entre $2.500 y $3.499 por la caja, y más del 80% de los ferianos encuestados estaría dispuesto a pagar más de $2.500 por la caja.

Finalmente, para la bandeja con 5 kilos de frutillas a granel, el rango de precios mínimos observados a pagar fue entre los $1.000 y $1.499 por la bandeja. El rango de precios máximos fue entre $5.500 y $5.999 por la bandeja de 5 kilos a granel. De los ferianos encuestados, el 50% estaría dispuesto a pagar entre los $2.000 y $2.499 por la bandeja de 5 kilos y cerca de un 80% estaría dispuesto a pagar más de $2.000 por la bandeja.

Respecto a los consumidores finales en ferias libres, para el clamshell de 500 gramos, un 79% de los encuestados afirmaron que estarían dispuestos a pagar hasta $999 por el clamshell, mientras que tan solo un 21% de los consultados estaría dispuesto a pagar entre $1.000 y $1.499 por el clamshell de 500 gramos.

Para el clamshell de 1 kilo, el rango mínimo de precios observados a pagar se ubico entre los $500 y $999 el clamshell, mientras que el rango máximo de precios se ubico entre los $2.000 y 2.499 el clamshell. Más de un 90% de los consumidores encuestados en ferias libres estaría dispuesto a pagar más de $1.000 por el clamshell de 1 kilo. En cambio, tan solo el 9% de los consultados estaría dispuesto a pagar hasta $999 por el clamshell de 1 kilo.

En cuanto a la publicidad, esta fue bien valorada por los ferianos, especialmente la entrega de folletos informativos, los delantales y los pendones colgables en sus puestos de venta. No así para los consumidores, quienes no percibieron gran parte de la publicidad, con excepción la entrega de los folletos publicitarios, los cuales les fueron entregados en sus manos.

La mayoría de los ferianos y consumidores les interesaría tener una oferta de frutillas de San Pedro, estos últimos, además, manifestaron interés en poder conseguir este producto en más puntos de venta de ferias libres y supermercados.

Se recomienda que para el segmento de ferias libres, las entregas de frutillas se realicen formatos de envases, especialmente en clamshells de 1 kilo, formato que tuvo mayor aceptación tanto en comerciantes como en clientes. El consumidor busca productos envasados porque transmiten seguridad higiénica, además de su comodidad para traslado y almacenamiento, contrario con la venta de frutillas a granel, la cual no es valorada por la mayoría de los consumidores porque suponen una manipulación de las frutillas en condiciones antihigiénicas y poca inocuidad de manejo del producto, especialmente cuando el feriano utiliza sus manos, las mismas con las cuales maneja el dinero, para embolsar el producto.

Pese a no ser uno de los atributos mas valorados en la prueba piloto y por no ser un factor determinante en la decisión de compra del consumidor en ferias libres, el envasado deberá incluir necesariamente un etiquetado con la marca Valle de San Pedro, ya que se espera que el posicionamiento de la marca se consiga entre un mediano y largo plazo, cuidando de que el producto, en su primera etapa de posicionamiento, cumpla con los estándares de calidad esperados para el segmento consumidor.

En este sentido, se debe cumplir con entregas de productos con atributos de calidad bien definidos en cuanto a sabor, color, aromas y tamaño, que estén correctamente envasados, que incorporen sellos de calidad para garantizar la calidad higiénica del producto, y un etiquetado distintivo con la marca Valle de San Pedro, ya que en conjunto estos serán los elementos que permitirán diferenciar la marca Valle de San Pedro y posicionarla en el mercado consumidor como un producto de calidad Premium, altamente diferenciado.

Respecto a la publicidad, se recomienda que para una campaña comercial de la frutilla de San Pedro en ferias libres, esta incorpore el uso constante de publicidad en una primera etapa, ya que esta será el elemento comunicacional que contribuirá con generar la decisión de compra del consumidor y direccionar su decisión de consumo hacia las frutillas de San Pedro. Los elementos publicitarios deberán ser los mismos que tuvieron éxito durante su experiencia piloto: folletos informativos con antecedentes de la frutilla de San Pedro, con alternativas de cocina, e información nutricional; usar pendones publicitarios informativos y con un diseño a color distintivo que resalte la imagen de la frutilla de San Pedro; además de regalos corporativos tales como gorros y delantales, los que fueron bien valorados por los ferianos, permitiendo fidelizar a los decidores de compra.

Hoteles y Restaurantes

Por último, el plan piloto también consideró el estudio del comportamiento de compra en los segmentos HORECA, mediante la entrega de muestras de frutillas frescas de San Pedro a hoteles y restaurantes de Santiago, pertenecientes a segmentos socioeconómicos ABC1 y C2.

Para este segmento, se determinó que los factores de compra más relevantes fueron los atributos de calidad de la frutilla, la higiene, el envasado y embalaje.

Se comprobó que la mayoría de los hoteles y restaurantes prefirieron recibir frutillas envasadas, en formatos de clamshell de 500 gramos y 1 kilo, por su imagen de calidad higiénica y seguridad, y su comodidad para almacenamiento, manipulación y distribución. Respecto a la imagen de presentación, el diseño tanto de las cajas como de los clamshells resultó novedoso para este segmento.

De los formatos de cajas, el preferido fue la caja para 10 clamshells de 500 gramos. El formato de menor preferencia fue la caja para 5 clamshells de 1 kilo. En cambio, la bandeja con frutillas a granel no generó interés debido principalmente a que este formato no transmite la misma imagen de presentación que exhibieron las frutillas envasadas en clamshells.

La valoración de la frutilla de San Pedro estuvo principalmente asociada a la buena calidad de la frutilla, sus aromas, sabor, tamaño, y los formatos de presentación en cajas y clamshells.

Por último, hoteles y restaurantes manifestaron interés en comprar frutillas de San Pedro, debido a la calidad de la frutilla, sus atributos, la calidad del embalaje y envasado, y por la necesidad de contar con más proveedores de frutillas, que puedan asegurarles entregas regulares durante el año, debido a su constante demanda para la elaboración de productos tales como jugos, postres y preparaciones para consumo en fresco.

Se recomienda que para poder introducir la frutilla de San Pedro en este segmento, se deben desarrollar formatos de embalajes y envases adecuados, similares a los presentados en la prueba piloto, con cajas de material y diseño innovador, y envases de clamshells de 500 gramos y 1 kilo. Una vez que estos elementos se configuren en el producto final, la marca Valle de San Pedro alcanzara un posicionamiento por diferenciación de acuerdo a la definición de los atributos de la frutilla.

Se deberá trabajar en el desarrollo de un sistema productivo – logístico que sea capaz de aprovisionar regularmente la demanda constante de este segmento durante el año, los cual implica superar desafíos en cuanto a volúmenes requeridos y capacidad de respuesta a la demanda.

11. ANEXOS

11.1 Formato Encuestas

11.1.1 Ferias Libres

Encuesta a Comerciantes de Ferias Libres

Fecha ____/____/____

IDENTIFICACION

Nombre Entrevistado : _____

Feria : _____

Local : _____

Comuna : _____

Teléfono : _____

E-mail : _____

CUESTIONARIO

1. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca			
Caja			
Clamshell			---------- -
Frutilla			
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

2. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca	----------	----------	----------
Diseño			
Color			
Mensaje			
Atractivo			
Posición			
Caja	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Color			
Apilable			
Capacidad			
Sello de Calidad			
Material			
Clamshell	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Material			
Etiqueta			
Sello Seguridad			
Frutilla	----------	----------	----------
Color			
Sabor			
Aroma			
Frescura			
Higiene			
Tamaño			

Si un atributo marca 1 como nota mas baja, señale cual es y porqué

Atributo	¿Por qué?

3. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere vender en su negocio?

( ) Clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……..….

( ) Clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……..

( ) Venta a granel ¿Por qué? ……..

4. ¿Cuál cree Ud. que es el envase mas preferido por sus clientes?

( ) Clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……

( ) Clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……

( ) Venta a granel ¿Por qué? ……

5. ¿En qué tipo de envase se venderían más frutillas?

( ) Clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……

( ) Clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……

( ) Venta a granel ¿Por qué? ……

6. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de envases de las frutillas?

Señale el precio de venta de acuerdo al tipo de formato de envase.

Clamshell de 500 grs ……../ envase

Clamshells de 1 kg. ……../ envase

Frutilla a Granel ……../ kilo

7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según formato de entrega (Cajas)?

Precio ($)	Caja 10 clamshells 500 grs.	Caja 5 clamshells 1 kg	Bandeja a granel 5 kg
1.000 – 1.499			
1.500 – 1.999			
2.000 – 2.499			
2.500 – 2.999			
3.000 – 3.499			
3.500 – 3.999			
4.000 – 4.499			
4.500 – 4.999			
5.000 – 5.499			
5.500 – 5.999			
> 6.000			

8. ¿Cree Ud. que fue positiva la publicidad de la frutilla de San Pedro realizada en la feria?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

9. ¿Qué tipo de publicidad cree Ud. que fue la mejor para apoyar la venta de frutillas de San Pedro?

( ) Pendones colgables ( ) Folletos ( ) Gorros
( ) Palomas ( ) Banderas ( ) Delantales

10. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

Encuesta a Consumidores en Ferias Libres

Fecha ____/____/____

IDENTIFICACION

Nombre Entrevistado : _____

Lugar Encuesta : _____

Sexo : _____

Edad : _____

CUESTIONARIO

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca
   ( ) Atributos de la Frutilla (color, aroma, sabor, tamaño)
   ( ) Higiene
   ( ) Caja
   ( ) Envase
   ( ) Etiqueta
   ( ) Precio
   ( ) Procedencia

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) A granel
   ( ) Bolsas
   ( ) Clamshells

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca *Valle de San Pedro* ¿Por qué? …….

   ( ) Atributos de la Frutilla ¿Por qué? …….

   ( ) Higiene ¿Por qué? …….

   ( ) Caja ¿Por qué? …….

   ( ) Publicidad ¿Por qué? …….

   ( ) Envase ¿Por qué? …….

   ( ) Etiqueta ¿Por qué? …….

   ( ) Precio ¿Por qué? …….

   ( ) Procedencia ¿Por qué? …….

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca			
Caja			
Clamshell			---------- -
Frutilla			
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca	----------	----------	----------
Diseño			
Color			
Mensaje			
Atractivo			
Posición			
Caja	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Color			
Apilable			
Capacidad			
Sello de Calidad			
Material			
Clamshell	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Material			
Etiqueta			
Sello Seguridad			
Frutilla	----------	----------	----------
Color			
Sabor			
Aroma			
Frescura			
Higiene			
Tamaño			

Si un atributo marca 1 como nota mas baja, señale cual es y porqué

Atributo	¿Por qué?

6. ¿Qué tipo de envase prefiere para comprar frutillas?

   ( ) Clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……..…..

   ( ) Clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……..

   ( ) Frutilla a granel ¿Por qué? ……..

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

   Marque con una x los casilleros que correspondan

   ( ) Consumo en Fresco ( ) Tragos y Cócteles
   ( ) Jugos ( ) Comidas
   ( ) Postres

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de envase comprado?

   Señale el precio de venta de acuerdo al tipo de caja.

   Clamshell de 500 grs ……../ envase

   Clamshells de 1 kg. ……../ envase

   Frutilla a granel ……../ kilo

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de envase?

Precio ($/Envase)	Clamshell 500 grs.	Clamshell 1 kg
500 – 999		
1.000 – 1.499		
1.500 – 1.999		
2.000 – 2.499		
2.500 – 2.999		
> 3.000		

10. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

11. ¿Conoce las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud?

( ) Si
( ) No Si la respuesta es No, ¿Por qué? .....

12. ¿La publicidad fue determinante para que Ud. comprará frutillas de San Pedro?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

13. ¿Qué tipo de publicidad fue la que mas le gustó?

( ) Pendones colgables ( ) Folletos ( ) Gorros
( ) Palomas ( ) Banderas ( ) Delantales

14. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

15. ¿Le gustaría que existiese una oferta de frutillas de San Pedro en más puntos de venta como ferias y supermercados?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

11.1.2 Ferias Mayoristas

Encuesta a Comerciantes de Ferias Mayoristas

Fecha ____/____/____

IDENTIFICACION ENCUESTADO

Nombre Encuestado : _____

Feria : _____

Cargo : _____

Local : _____

Teléfono : _____

E-Mail : _____

CUESTIONARIO

1. ¿Quiénes le compraron las frutillas de San Pedro?

   Marque con una x en los casilleros que correspondan.

   ( ) Ferias Libres
   ( ) Restaurantes
   ( ) Hoteles
   ( ) Supermercados
   ( ) Empresas Distribuidoras
   ( ) Comerciantes Informales

2. ¿Cuántas frutillas de San Pedro le compraron?

Marque N° Cajas en los casilleros que correspondan

Formato Caja	**Feria Libre**	**Restaurant**	**Hotel**	**Supermercado**	**Distribuidor**	**Comercio Informal**
Clamshell 500 grs.						
Clamshell 1 kg.						
Caja Granel 5 kg.						

3. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca			
Caja			
Clamshell			----------
Frutilla			
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

4. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca	----------	----------	----------
Diseño			
Color			
Mensaje			
Atractivo			
Posición			
Caja	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Color			
Apilable			
Capacidad			
Sello de Calidad			
Material			
Clamshell	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Material			
Etiqueta			
Sello Seguridad			
Frutilla	----------	----------	----------
Color			
Sabor			
Aroma			
Frescura			
Higiene			
Tamaño			

Si un atributo marca 1 como nota mas baja, señale cual es y porqué

Atributo	¿Por qué?

5. ¿Qué tipo de caja para frutillas prefiere vender en su negocio?

( ) Caja para clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……..

( ) Caja para clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……..

( ) Bandeja a granel 5 kg. ¿Por qué? ……..

6. ¿Cuál cree Ud. que es la caja mas preferida por sus clientes?

( ) Caja para clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……

( ) Caja para clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……

( ) Bandeja a granel 5 kg. ¿Por qué? ……

7. ¿Cuál de los tipos de cajas se podrían vender a los siguientes canales?

Marque con una x los casilleros que correspondan

	Caja Clamshell 500 grs	Caja Clamshell 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres			
Restaurantes			
Hoteles			
Supermercados			

8. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de cajas entregadas?

   Señale el precio de venta de acuerdo al tipo de caja.

   Caja para Clamshell de 500 grs ……../ caja

   Caja para Clamshells de 1 kg. ……../ caja

   Bandeja a Granel de 5 kg. ……../ bandeja

9. ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios para marzo?

   Caja para Clamshell de 500 grs. : $4.400 / caja ( ) Si ( ) No

   Caja para Clamshell de 1 kg. : $3.500 / caja ( ) Si ( ) No

   Bandeja a Granel 5 kg. : $2.300 / bandeja ( ) Si ( ) No

10. ¿Le interesaría comprar frutillas Valle de San Pedro?

    ( ) Si ¿Porque ?.....
    ( ) No
    ( ) Indiferente

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

    ( ) Si ¿Porque ?.....
    ( ) No
    ( ) Indiferente

Encuesta Compradores en Ferias Mayoristas

Fecha ____/____/____

IDENTIFICACION

Nombre Entrevistado : _____

Tipo Comprador : _____

Lugar Encuesta : _____

CUESTIONARIO

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca
   ( ) Atributos de la Frutilla (color, aroma, sabor, tamaño)
   ( ) Higiene
   ( ) Caja
   ( ) Envase
   ( ) Etiqueta
   ( ) Precio
   ( ) Procedencia

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) A granel
   ( ) Bandejas
   ( ) Bolsas
   ( ) Clamshells

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca *Valle de San Pedro* ¿Por qué? …….

   ( ) Atributos de la Frutilla ¿Por qué? …….

   ( ) Higiene ¿Por qué? …….

   ( ) Caja ¿Por qué? …….

   ( ) Envase ¿Por qué? …….

   ( ) Etiqueta ¿Por qué? …….

   ( ) Precio ¿Por qué? …….

   ( ) Procedencia ¿Por qué? …….

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca			
Caja			
Clamshell			---------- -
Frutilla			
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca	----------	----------	----------
Diseño			
Color			
Mensaje			
Atractivo			
Posición			
Caja	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Color			
Apilable			
Capacidad			
Sello de Calidad			
Material			
Clamshell	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Material			
Etiqueta			
Sello Seguridad			
Frutilla	----------	----------	----------
Color			
Sabor			
Aroma			
Frescura			
Higiene			
Tamaño			

Si un atributo marca 1 como nota mas baja, señale cual es y porqué

Atributo	¿Por qué?

6. ¿Qué tipo de caja prefiere para comprar frutillas?

( ) Caja para clamshell de 500 grs. ¿Por qué? …….

( ) Caja para clamshell de 1 kg. ¿Por qué? …….

( ) Bandeja a granel de 5 kg. ¿Por qué? …….

7. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere?

( ) Clamshell de 500 grs. ¿Por qué? ……..…

( ) Clamshell de 1 kg. ¿Por qué? ……..

( ) A granel ¿Por qué? ……..

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de caja comprada?

Señale el precio de venta de acuerdo al tipo de caja.

Caja para Clamshell de 500 grs ……../ caja

Caja para Clamshells de 1 kg. ……../ caja

Bandeja a Granel de 5 kg. ……../ bandeja

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de caja?

Precio ($/Caja)	Caja 10 clamshells 500 grs.	Caja 5 clamshells 1 kg	Bandeja a granel 5 kg
1.000 – 1.499			
1.500 – 1.999			
2.000 – 2.499			
2.500 – 2.999			
3.000 – 3.499			
3.500 – 3.999			
4.000 – 4.499			
4.500 – 4.999			
5.000 – 5.499			
5.500 – 5.999			
> 6.000			

10. ¿Compraría frutillas si se mantuviese el precio constante en el año?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

11. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

12. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

( ) Si ¿Porque ?.....
( ) No
( ) Indiferente

11.1.3 Hoteles y Restaurantes

Encuesta a Ejecutivos de Hoteles y Restaurantes

Fecha ____/____/____

IDENTIFICACION

Nombre Entrevistado : _____

Cargo : _____

Hotel/Restaurant : _____

Comuna : _____

Telefono : _____

E-mail : _____

CUESTIONARIO

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca
   ( ) Atributos de la Frutilla (color, aroma, sabor, tamaño)
   ( ) Higiene
   ( ) Caja
   ( ) Envase
   ( ) Etiqueta
   ( ) Procedencia

2. ¿Qué le llamo la atención de la frutilla de San Pedro?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Marca
   ( ) Atributos de la Frutilla (color, aroma, sabor, tamaño)
   ( ) Higiene
   ( ) Caja
   ( ) Envase
   ( ) Etiqueta
   ( ) Procedencia

3. ¿En que tipo de formato compra las frutillas?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Bandejas plásticas
   ( ) Bolsas
   ( ) Clamshells

4. ¿Qué tipo de cajas prefiere para distribuir las frutillas hasta su negocio?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Caja para clamshell de 500 grs.
   ( ) Caja para clamshell de 1 kg.
   ( ) Bandeja a granel de 5 kg.

5. ¿Prefiere recibir las frutillas envasadas o a granel?

   ( ) A granel ¿Porque ?.....

   ( ) Envasada ¿Porque ?.....

6. Si prefiere recibir las frutillas envasadas, ¿Que formatos de envase prefiere?

   Marque con una x los casilleros que correspondan.

   ( ) Clamshell de 500 grs. ¿Porque ?.....

   ( ) Clamshell de 1 kg. ¿Porque ?.....

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

   Marque con una x los casilleros que correspondan

   ( ) Consumo en Fresco
   ( ) Jugos
   ( ) Tragos y Cócteles
   ( ) Comidas
   ( ) Postres

8. ¿Qué nivel de importancia le daría Ud. a este producto para su negocio?

   ( ) Imprescindible
   ( ) Significativa
   ( ) Leve
   ( ) Mínima

9. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

   ( ) Si ¿Porque ?.....
   ( ) No
   ( ) Indiferente

10. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca			
Caja			
Clamshell			---------- -
Frutilla			
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

11. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1: 10 Clamshells 500 grs	**Caja 2**: 5 Clamshells 1 kg	**Caja 3**: Bandeja granel 5 kg
Marca	----------	----------	----------
Diseño			
Color			
Mensaje			
Atractivo			
Posición			
Caja	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Color			
Apilable			
Capacidad			
Sello de Calidad			
Material			
Clamshell	----------	----------	----------
Diseño			
Tamaño			
Material			
Etiqueta			
Sello Seguridad			
Frutilla	----------	----------	----------
Color			
Sabor			
Aroma			
Frescura			
Higiene			
Tamaño			

Si un atributo marca 1 como nota mas baja, señale cual es y porqué

Atributo	¿Por qué?

11.2 Tabulación Encuestas

11.2.1 Ferias Libres

Feria Tobalaba

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a comerciantes y consumidores de la feria libre Tobalaba.

Resultados Entrevistas a Comerciantes de Feria Tobalaba

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Puesto N°	Cargo	Feria	Comuna
1	Campos	Irene	1	Dueño	Tobalaba	La Reina
2	Cespedes	Natalia	2	Dueño	Tobalaba	La Reina
3	Cabrera	Juan Carlos	3	Dueño	Tobalaba	La Reina
4	Suazo	Juan	4	Dueño	Tobalaba	La Reina
5	Valenzuela	Gonzalo	5	Dueño	Tobalaba	La Reina

1. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1					Caja 2					Caja 3 (granel)				
	Clamshell 500 grs					Clamshell 1 kg					Bandeja 5 kg				
N° Encuesta	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Marca	30%	10%	0%	0%	0%	30%	10%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%	0%
Caja	20%	20%	0%	0%	20%	20%	20%	0%	0%	20%	30%	0%	0%	50%	30%
Clamshell	30%	30%	20%	50%	30%	30%	30%	20%	50%	30%	0%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	20%	40%	80%	50%	50%	20%	40%	80%	50%	50%	30%	100%	100%	50%	70%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1					Caja 2					Caja 3				
	Clamshell de 500 grs					Clamshell de 1 kg					Bandeja Granel de 5 kg				
N° Encuestados	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Marca															
Diseño	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	-	-	-	-	-
Color	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	-	-	-	-	-
Mensaje	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	-	-	-	-	-
Atractivo	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	-	-	-	-	-
Posición	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	-	-	-	-	-
Caja															
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2
Color	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Apilable	2	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	1
Capacidad	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Sello de Calidad	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Material	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Clamshell															
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-	-	-	-
Tamaño	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	-	-	-	-	-
Material	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	-	-	-	-	-
Etiqueta	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	-	-	-	-	-
Sello Seguridad	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-	-	-	-
Frutilla															
Color	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2
Sabor	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2
Aroma	3	3	2	3	1	3	3	2	3	1	3	3	2	3	1
Frescura	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
Higiene	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2

3. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere vender en su negocio?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	1	-	1
Clamshell 1 kilo	1	1	1	-	1	4
A granel	-	-	-	-	-	0

4. ¿Cuál cree Ud. que es el envase mas preferido por sus clientes?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Clamshell 500 grs	-	-	1	1	-	2
Clamshell 1 kilo	1	1	-	-	1	3
A granel	-	-	-	-	-	0

5. ¿En qué tipo de envase se venderían más frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	-	0
Clamshell 1 kilo	1	1	-	-	1	3
A granel	-	-	1	1	-	2

6. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de envases de las frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	5
Clamshell 500 grs	$ 500	$ 500	$ 400	$ 500	$ 500
Clamshell 1 kilo	$ 1.000	$ 1.000	$ 900	$ 1.000	$ 1.000
A granel	$ 500	-	$ 800	$ 1.000	$ 1.000

7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según formato de entrega (Cajas)?

	Caja 1					Caja 2					Caja 3 (granel)				
	Clamshell 500 grs					Clamshell 1 kg					Bandeja 5 kg				
N° Encuesta	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
$1.000 – $1.499	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
$1.500 – $1.999	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-
$2.000 – $2.499	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-
$2.500 – $2.999	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
$3.000 – $3.499	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
$3.500 – $3.999	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-

8. ¿Cree Ud. que fue positiva la publicidad de la frutilla de San Pedro realizada en la feria?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Sí	1	-	1	1	-	3
No	-	1	-	-	1	2
Indiferente	-	-	-	-	-	0

9. ¿Qué tipo de publicidad cree Ud. que fue la mejor para apoyar la venta de frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Pendones	1	-	-	-	-	1
Palomas	-	-	1	-	-	1
Folletos	-	1	1	1	1	4
Banderas	-	-	-	-	-	0
Gorros	1	-	-	-	1	2
Delantales	1	-	-	1	1	3

10. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Sí	1	1	1	1	1	5
No	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	0

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	Total
Sí	1	1	1	-	1	4
No	-	-	-	1	-	1
Indiferente	-	-	-	-	-	0

Resultados Encuestas a Consumidores en Feria Tobalaba

Antecedentes Generales

Feria	Sexo	Edad			Total
		18 - 39	40 - 59	60 o mas	
Tobalaba	H	-	4	1	5
	M	2	6	2	10
	Total	2	10	3	15

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Atributos	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	13
Higiene	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	1	1	1	-	6
Caja	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Etiqueta	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Precio	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	5

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
A granel	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	14
Clamshell	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Marca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Atributos	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	13
Higiene	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	3
Envase	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	4
Precio	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	3

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Cajas (en general)														
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Marca	20%	20%	0%	0%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	10%
Caja	10%	5%	0%	0%	10%	0%	10%	0%	0%	0%	20%	25%	0%	0%	10%
Clamshell	30%	30%	0%	20%	30%	0%	30%	20%	30%	0%	0%	25%	10%	0%	10%
Frutilla	40%	45%	100%	80%	50%	100%	60%	80%	70%	100%	80%	25%	90%	100%	70%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Marca															
Diseño	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2
Color	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3
Mensaje	1	3	1	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	2	3
Atractivo	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2	3
Posición	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2
Caja															
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
Tamaño	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
Color	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3
Apilable	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3
Capacidad	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3
Sello de Calidad	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3
Material	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
Clamshell															
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3
Tamaño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
Material	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Etiqueta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2
Sello Seguridad	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
Frutilla															
Color	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
Sabor	3	-	-	3	-	3	3	-	2	3	-	2	-	3	-
Aroma	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2
Frescura	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Higiene	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3

6. ¿Qué tipo de envase prefiere para comprar frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Clamshell 500 grs	-	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	5
Clamshell 1 kilo	1	-	1	1	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	6
A granel	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	1	-	4

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Consumo fresco	1	-	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	13
Jugos	1	-	-	-	1	1	1	-	1	-	1	1	-	-	-	7
Postres	-	1	-	1	-	1	-	1	1	1	-	1	-	-	-	7
Tragos y Cócteles	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de envase comprado?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Clamshell 500 grs	-	500	800	-	500	500	500	500	-	-	-	500	400	-	500
Clamshell 1 kilo	1.000	-	1.100	1.000	-	-	-	-	1.000	1.000	1.000	-	-	1.000	-
A granel (kg)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de envase?

Clamshell 500 gramos ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
$500 – $999	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	14
$1.000 – $1.499	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1

Clamshell 1 kilo ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
$500 – $999	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	3
$1.000 – $1.499	1	1	1	1	1	1	-	1	-	-	1	1	1	-	1	11
$1.500 – $1.999	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
$2.000 – $2.499	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1

10. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	14
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1

11. ¿Conoce las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	1	1	1	1	13
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2

12. ¿La publicidad fue determinante para que Ud. comprará frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Sí	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	2
No	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	-	13
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

13. ¿Qué tipo de publicidad fue la que mas le gustó?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Pendones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Folletos	-	1	1	1	1	1	-	-	-	1	1	1	1	-	1	10
Gorros	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Delantales	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3

14. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	1	12
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	3
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

15. ¿Le gustaría que existiese una oferta de frutillas de San Pedro en más puntos de venta como ferias y supermercados?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	14
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1

Feria Chacarera La Reina

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a comerciantes y consumidores de la feria libre Chacarera La Reina.

Resultados Entrevistas a Comerciantes de Feria Chacarera La Reina

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Puesto N°	Cargo	Feria	Comuna
1	Piña	Julio	17 - 18	Dueño	Chacarera	La Reina
2	Iturriale	Eduardo	20	Dueño	Chacarera	La Reina
3	Martinez	Pablo	32	Dueño	Chacarera	La Reina
4	Pavez	Bernardo	7	Dueño	Chacarera	La Reina

1. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1				Caja 2				Caja 3 (granel)			
	Clamshell 500 grs				Clamshell 1 kg				Bandeja 5 kg			
N° Encuesta	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Marca	0%	10%	20%	0%	0%	10%	20%	0%	0%	0%	0%	0%
Caja	30%	10%	20%	0%	30%	10%	20%	0%	20%	10%	40%	0%
Clamshell	20%	40%	30%	20%	20%	40%	30%	20%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	50%	40%	30%	80%	50%	40%	30%	80%	80%	90%	50%	100%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1				Caja 2				Caja 3			
	Clamshell 500 grs				Clamshell 1 kilo				Bandeja 5 kg			
N° Encuesta	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Marca												
Diseño	3	3	3	2	3	3	3	2	-	-	-	-
Color	3	3	3	2	3	3	3	2	-	-	-	-
Mensaje	3	3	2	2	3	3	2	2	-	-	-	-
Atractivo	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-	-	-
Posición	3	3	3	2	3	3	3	2	-	-	-	-
Caja												
Diseño	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
Tamaño	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
Color	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
Apilable	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
Capacidad	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	1	2	3	3	1	2	3	3	1	2
Material	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
Clamshell												
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	-	-	-	-
Tamaño	3	2	2	2	3	3	3	2	-	-	-	-
Material	3	3	2	3	3	3	2	3	-	-	-	-
Etiqueta	2	3	2	2	2	3	2	2	-	-	-	-
Sello Seguridad	3	2	2	2	3	2	2	2	-	-	-	-
Frutilla												
Color	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sabor	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
Aroma	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2
Frescura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Higiene	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere vender en su negocio?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	0
Clamshell 1 kilo	1	-	1	1	3
A granel	-	1	-	-	1

4. ¿Cuál cree Ud. que es el envase mas preferido por sus clientes?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Clamshell 500 grs	-	1	-	-	1
Clamshell 1 kilo	1	-	1	1	3
A granel	-	-	-	-	0

5. ¿En qué tipo de envase se venderían más frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	0
Clamshell 1 kilo	1	-	1	1	3
A granel	-	1	-	-	1

6. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de envases de las frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	4
Clamshell 500 grs	$ 400	$ 600	$ 500	$ 600
Clamshell 1 kilo	$ 1.000	$ 1.200	$ 1.000	$ 1.200
A granel	$ 900	$ 1.000	$ 1.000	$ 1.200

7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según formato de entrega (Cajas)?

	Caja 1				Caja 2				Caja 3 (granel)			
	Clamshell 500 grs				Clamshell 1 kg				Bandeja 5 kg			
N° Encuestados	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
2.000 – 2.499	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
2.500 – 2.999	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	-	-
3.000 – 3.499	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-

8. ¿Cree Ud. que fue positiva la publicidad de la frutilla de San Pedro realizada en la feria?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Sí	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	0

9. ¿Qué tipo de publicidad cree Ud. que fue la mejor para apoyar la venta de frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Pendones	1	1	-	1	3
Folletos	-	1	-	-	1
Banderas	-	-	-	1	1
Gorros	1	-	-	-	1
Delantales	1	-	1	-	2

10. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Sí	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	0

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

N° Encuestados	1	2	3	4	Total
Sí	-	-	1	-	1
No	1	-	-	1	2
Indiferente	-	1	-	-	1

Resultados Encuestas a Consumidores en Feria Chacarera La Reina

Antecedentes Generales

Feria	Sexo	Edad			Total
		18 - 39	40 - 59	60 o mas	
Chacarera	H	-	4	1	5
	M	1	4	2	7
Total		1	8	3	12

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Marca	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Atributos	1	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Higiene	-	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	1	7
Caja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Envase	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2
Precio	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
A granel	-	1	1		1	1	1	1	-	-	-	-	6
Bolsas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Clamshell	1	-	-	1	-	-	-	-	1	1	1	1	6

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Atributos	-	1	1	1	1	-	1	1	1	1	-	1	9
Higiene	-	-	1	-	-	1	1	-	1	1	-	1	6
Caja	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2
Publicidad	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2
Envase	1	1	-	-	1	1	-	-	1	1	1	1	8
Precio	1	-	-	1	-	1	1	-	1	1	-	-	6

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Cajas (en general)											
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Marca	0%	0%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	0%
Caja	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%
Clamshell	10%	50%	20%	0%	20%	40%	10%	0%	10%	30%	50%	30%
Frutilla	80%	50%	70%	100%	80%	60%	90%	100%	80%	60%	50%	70%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Marca												
Diseño	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3
Color	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
Mensaje	1	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	3
Atractivo	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3
Posición	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
Caja												
Diseño	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
Tamaño	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Color	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3
Apilable	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Capacidad	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sello de Calidad	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2
Material	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
Clamshell												
Diseño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Material	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Etiqueta	1	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3
Sello Seguridad	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2
Frutilla												
Color	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sabor	-	3	3	3	3	3	-	2	3	3	-	3
Aroma	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
Frescura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Higiene	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3

6. ¿Qué tipo de envase prefiere para comprar frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Clamshell 1 kilo	1	1	1	1	1	-	-	-	1	1	-	1	8
A granel	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Consumo fresco	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1	11
Jugos	-	-	-	-	1	-	-	1	1	-	-	-	3
Postres	-	1	1	-	1	-	1	-	1	1	1	1	8
Tragos y Cócteles	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de envase comprado?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Clamshell 500 grs	-	-	-	600	-	500	-	-	-	-	600	-
Clamshell 1 kilo	-	1.200	1.200	-	1.000	-	-	1.000	1.000	1.200	-	1.000
A granel (kilo)	1.000	-	-	-	-	-	1.000	-	-	-	-	-

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de envase?

Clamshell 500 gramos ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
$500 – $999	1	1	1	1	-	1	-	1	-	1	1	1	9
$1.000 – $1.499	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	3

Clamshell 1 kilo ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
$1.000 – $1.499	1	1	1	1	-	1	1	1	-	1	1	1	10
$1.500 – $1.999	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	2

10. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

11. ¿Conoce las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Sí	1	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	5
No	-	1	-	-	1	1	1	1	-	-	1	1	7

12. ¿La publicidad fue determinante para que Ud. comprará frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Sí	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2
No	1		1	1	1	1	1	1	1		1	1	10
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

13. ¿Qué tipo de publicidad fue la que mas le gustó?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Pendones	-	1	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	4
Folletos	1	-	1	-	-	-	1	1	1	1	1	1	8
Banderas	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	3
Gorros	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Delantales	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	2

14. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Sí	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	11
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1

15. ¿Le gustaría que existiese una oferta de frutillas de San Pedro en más puntos de venta como ferias y supermercados?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
No	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

Feria Parque Los Dominicos

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a comerciantes y consumidores de la feria libre Parque Los Domínicos.

Resultados Entrevistas a Comerciantes de Feria Parque Los Dominicos

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Puesto N°	Cargo	Feria	Comuna
1	Marchant	Maria	18	Dueño	Los Dominicos	Las Condes
2	Aranguiz	Claudia	34 - 35	Dueño	Los Dominicos	Las Condes
3	Flores	Andres	14 - 15	Dueño	Los Dominicos	Las Condes

1. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1			Caja 2			Caja 3 (granel)		
	Clamshell 500 grs			Clamshell 1 kg			Bandeja 5 kg		
N° Encuesta	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Marca	20%	20%	5%	20%	20%	5%	20%	20%	0%
Caja	20%	0%	5%	20%	0%	5%	20%	20%	20%
Clamshell	10%	20%	10%	10%	20%	10%	0%	0%	0%
Frutilla	50%	60%	80%	50%	60%	80%	60%	60%	80%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

	Caja 1			Caja 2			Caja 3 (granel)		
	Clamshell 500 grs			Clamshell 1 kg			Bandeja 5 kg		
N° Encuesta	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Marca									
Diseño	2	3	2	2	3	2	-	-	-
Color	3	1	3	3	1	3	-	-	-
Mensaje	3	2	3	3	1	3	-	-	-
Atractivo	2	3	3	3	3	3	-	-	-
Posición	3	3	3	3	3	3	-	-	-
Caja									
Diseño	3	3	2	3	3	2	3	3	2
Tamaño	3	3	2	3	3	2	3	3	2
Color	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Apilable	3	3	3	3	3	3	1	3	1
Capacidad	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	3	3	3	3	3	3	1
Material	3	3	2	3	3	2	1	3	1
Clamshell									
Diseño	3	3	2	3	3	2	-	-	-
Tamaño	3	3	2	3	3	2	-	-	-
Material	3	3	2	3	3	2	-	-	-
Etiqueta	3	3	3	3	3	3	-	-	-
Sello Seguridad	3	3	3	3	3	3	-	-	-
Frutilla									
Color	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sabor	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Aroma	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Frescura	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Higiene	2	3	3	2	3	3	2	3	3
Tamaño	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere vender en su negocio?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Clamshell 500 grs	-	-	1	1
Clamshell 1 kilo	1	1	-	2
A granel	-	-	-	0

4. ¿Cuál cree Ud. que es el envase mas preferido por sus clientes?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	0
Clamshell 1 kilo	1	1	1	3
A granel	-	-	-	0

5. ¿En qué tipo de envase se venderían más frutillas?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	0
Clamshell 1 kilo	1	1	1	3
A granel	-	-	-	0

6. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de envases de las frutillas?

N° Encuestados	1	2	3
Clamshell 500 grs	$ 600	$ 500	$ 800
Clamshell 1 kilo	$ 1.200	$ 1.000	$ 1.200
A granel	$ 1.200	$ 1.000	$ 1.200

7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según formato de entrega (Cajas)?

	Caja 1			Caja 2			Caja 3 (granel)		
	Clamshell 500 grs			Clamshell 1 kg}			Bandeja 5 kg		
N° Encuesta	1	2	3	1	2	3	1	2	3
2.000 – 2.499	-	1	-	-	1	-	-	1	1
2.500 – 2.999	1	-	-	-	-	-	-	-	-
3.000 – 3.499	-	-	1	-	-	1	-	-	-
3.500 – 3.999	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.000 – 4.499	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.500 – 4.999	-	-	-	1		-	-	-	-
5.000 – 5.499	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.500 – 5.999	-	-	-	-	-	-	1	-	-

8. ¿Cree Ud. que fue positiva la publicidad de la frutilla de San Pedro realizada en la feria?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Sí	1	1	1	3
No	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	0

9. ¿Qué tipo de publicidad cree Ud. que fue la mejor para apoyar la venta de frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Pendones	1	1	-	2
Palomas	1	-	1	2
Folletos	1	1	1	3
Banderas	-	-	-	0
Gorros	-	-	-	0
Delantales	-	1	-	1

10. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Sí	1	1	1	3
No	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	0

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

N° Encuestados	1	2	3	Total
Sí	-	-	1	1
No	1	1	-	2
Indiferente	-	-	-	0

Resultados Encuestas a Consumidores en Feria Parque Los Dominicos

Antecedentes Generales

Feria	Sexo	Edad			Total
		18 – 39	40 - 59	60 o mas	
Los Dominicos	H	1	3	-	4
	M	-	1	2	3
	Total	1	4	2	7

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Marca	-	-	-	1	-	1	-	2
Atributos	1	1	1	1	1	1	1	7
Higiene	1	1	1	1	1	1	-	6
Caja	-	1	-	-	-	-	-	1
Envase	1	1	1	-	1	1	1	6
Etiqueta	1	-	-	-	-	1	-	2
Precio	1	1	1	1	1	-	1	6
Procedencia	-	-	-	-	-	-	1	1

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
A granel	-	1	1	1	-	-	-	3
Clamshell	1	-	-	-	1	1	1	4

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Marca	-	-	-	1	-	1	-	2
Atributos	1	1	1	1	1	1	1	7
Higiene	1	1	1	1	1	1	-	6
Caja	-	-	-	1	-	-	-	1
Publicidad	1	-	-	-	-	-	-	1
Envase	1	1	1	-	1	1	1	6
Etiqueta	-	-	-	-	-	1	-	1
Precio	1	1	1	1	1	-	1	6
Procedencia	-	-	-	-	-	-	1	1

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Cajas (en general)						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	0%	0%	10%	50%	5%	10%	15%
Caja	0%	0%	0%	0%	5%	0%	5%
Clamshell	30%	60%	10%	10%	30%	10%	20%
Frutilla	70%	40%	80%	40%	60%	80%	60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Marque todos los casilleros con una nota siendo 1 la nota más baja y 3 la más alta.

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca							
Diseño	3	2	3	2	2	3	3
Color	2	2	3	3	2	3	3
Mensaje	2	3	2	3	2	3	2
Atractivo	2	2	2	3	2	3	3
Posición	3	3	2	3	3	3	2
Caja							
Diseño	3	3	3	2	2	3	3
Tamaño	3	3	3	3	2	2	3
Color	3	3	3	2	2	3	3
Apilable	3	3	3	2	3	3	3
Capacidad	3	3	3	2	2	3	3
Sello de Calidad	2	2	3	2	2	3	3
Material	3	3	3	2	3	3	3
Clamshell							
Diseño	3	3	3	3	3	3	2
Tamaño	3	3	3	3	3	3	3
Material	3	2	3	3	3	3	2
Etiqueta	3	2	3	3	3	3	2
Sello Seguridad	2	3	2	3	2	3	2
Frutilla							
Color	3	3	3	3	3	3	3
Sabor	3	-	3	-	3	3	3
Aroma	3	2	2	3	3	3	3
Frescura	3	3	3	3	3	3	3
Higiene	3	3	3	3	3	3	3
Tamaño	3	3	3	3	3	3	2

6. ¿Qué tipo de envase prefiere para comprar frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	1	-	-	1
Clamshell 1 kilo	1	1	-	-	-	1	1	4
A granel	-	-	1	1	-	-	-	2

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Consumo fresco	1	-	1	1	1	1	1	6
Jugos	1	-	1	1	-	-	-	3
Postres	-	1	1	1	1	-	1	5
Tragos y Cócteles	-	-	-	1	-	-	-	1

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de envase comprado?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	$ 600	-	-
Clamshell 1 kilo	$ 1.100	$ 1.200	-	$ 1.000	-	$ 1.500	$ 1.200
A granel (kilo)	-	-	$ 1.000	-	-	-	-

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de envase?

Clamshell 500 gramos ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$500 – $999	-	1	1	1	-	-	1	4
$1.000 – $1.499	1	-	-	-	1	1	-	3

Clamshell 1 kilo ($/clamshell)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$1.000 – $1.499	-	1	1	1	-	-	1	4
$1.500 – $1.999	1	-	-	-	1	1	-	3

10. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

11. ¿Conoce las propiedades nutricionales de la frutilla y sus beneficios para la salud?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	-	-	-	-	-	1	-	1
No	1	1	1	1	1	-	1	6

12. ¿La publicidad fue determinante para que Ud. comprará frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	-	-	-	-	-	1	1	2
No	-	1	1	1	1	-	-	4
Indiferente	1	-	-	-	-	-	-	1

13. ¿Qué tipo de publicidad fue la que mas le gustó?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Pendones	-	-	-	-	1	-	1	2
Palomas	-	-	1	-	-	-	1	2
Folletos	1	1	-	1	-	1	1	5
Banderas	-	-	-	-	-	1	-	1

14. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

15. ¿Le gustaría que existiese una oferta de frutillas de San Pedro en más puntos de venta como ferias y supermercados?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

11.2.2 Ferias Mayoristas

Lo Valledor

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a comerciantes mayoristas y consumidores de la feria mayorista Lo Valledor.

Resultados Entrevistas a Comerciantes Mayoristas de Lo Valledor

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Nombre	Apellido	Feria	Comuna	Cargo	Local
1	Alejandro	Armijo	Lo Valledor	P.A.C.	Dueño	692
2	Victor	Parra	Lo Valledor	P.A.C.	Dueño	707-708-709
3	Juan	Latorre	Lo Valledor	P.A.C.	Dueño	754
4	Oscar	Dotte	Lo Valledor	P.A.C.	Dueño	489

1. ¿Quiénes le compraron las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Ferias Libres	1	1	-	-	2
Restaurantes	1	-	-	1	2
Hoteles	-	1	-	1	2
Comercio Informal	-	1	-	1	2
Casinos	-	-	1	1	2
Verdulerias	1	-	1	-	2

2. ¿Cuántas frutillas de San Pedro le compraron?

PUESTO N°1							
Formato Caja	Ferias Libres	Restaurantes	Hoteles	Com. Informal	Casinos	Verdulerias	Total
Clamshell 500 grs	4	-	-	-	-	3	7
Clamshell 1 kg	1	2	-	-	-	-	3
Bandeja 5 kg	-	-	-	-	-	1	1
Total	5	2	-	-	-	4	11
PUESTO N°2							
Formato Caja	Ferias Libres	Restaurantes	Hoteles	Com. Informal	Casinos	Verdulerias	Total
Clamshell 500 grs	4	-	2	1	-	-	7
Clamshell 1 kg	2	-	1	-	-	-	3
Bandeja 5 kg	-	-	-	-	-	-	0
Total	6	-	3	1	-	-	10
PUESTO N°3							
Formato Caja	Ferias Libres	Restaurantes	Hoteles	Com. Informal	Casinos	Verdulerias	Total
Clamshell 500 grs	-	-	-	-	3	4	7
Clamshell 1 kg	-	-	-	-	2	1	3
Bandeja 5 kg	-	-	-	-	-	1	1
Total	-	-	-	-	5	6	11
PUESTO N°4							
Formato Caja	Ferias Libres	Restaurantes	Hoteles	Com. Informal	Casinos	Verdulerias	Total
Clamshell 500 grs	-	2	3	-	2	-	7
Clamshell 1 kg	-	3	-	-	-	-	3
Bandeja 5 kg	-	-	-	1	-	-	1
Total	-	5	3	1	2	-	11

3. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1				Caja 2				Caja 3 (granel)			
	Clamshell 500 grs				Clamshell 1 kg				Bandeja 5 kg			
N° Encuesta	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Marca	40%	20%	10%	10%	40%	20%	10%	10%	0%	0%	0%	0%
Caja	10%	0%	20%	10%	10%	0%	20%	10%	0%	0%	0%	0%
Clamshell	10%	30%	20%	10%	10%	30%	20%	10%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	40%	50%	50%	70%	40%	50%	50%	70%	100%	100%	100%	100%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

4. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos (según N° de puestos encuestados):

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 1 son las siguientes:

PUESTO N°1			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	3
Tamaño	3	3	3
Color	3	3	3
Apilable	3	3	3
Capacidad	3	3	3
Sello de Calidad	3	3	3
Material	3	3	3
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	3	3	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 2 son las siguientes:

PUESTO N°2			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	2	2	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	2	2	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	3	3	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 3 son las siguientes:

PUESTO N°3			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	2	2	ncm
Color	2	2	ncm
Mensaje	2	2	ncm
Atractivo	2	2	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	3	3	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca
ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 4 son las siguientes:

PUESTO N°4			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	3	3	ncc
Frutilla			
Color	3	3	2
Sabor	3	3	2
Aroma	3	3	2
Frescura	3	3	2
Higiene	3	3	2
Tamaño	3	3	2

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

5. ¿Qué tipo de caja para frutillas prefiere vender en su negocio?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Caja para Clamshell 500 grs	1	1	1	1	4
Caja para Clamshell 1 kg	1	-	1	-	2
Bandeja a granel 5 kg	-	-	-	-	0

6. ¿Cuál cree Ud. que es la caja mas preferida por sus clientes?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Caja para Clamshell 500 grs	1	1	1	1	4
Caja para Clamshell 1 kg	1	-	1	-	2
Bandeja a granel 5 kg	-	-	-	-	0

7. ¿Cuál de los tipos de cajas se podrían vender a los siguientes canales?

PUESTO N°1			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	-	-	1
Restaurantes	1	1	-
Hoteles	1	1	-
Supermercados	1	1	-

PUESTO N°2			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	-	1
Restaurantes	1	1	-
Hoteles	1	1	-
Supermercados	1	1	-

PUESTO N°3			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	1	1
Restaurantes	1	1	1
Hoteles	1	1	1
Supermercados	1	1	1
Fruterias	1	1	1
Casinos	1	1	1

PUESTO N°4			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	-	-	1
Restaurantes	1	1	-
Hoteles	1	1	-
Supermercados	1	-	-

8. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de cajas entregadas?

N° Encuesta	1	2	3	4
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.000	$ 5.000	$ 5.500	$ 5.000
Caja para Clamshell 1 kg	$ 4.000	$ 5.000	$ 5.500	$ 5.000
Bandeja granel 5 kg	$ 2.000	-	$ 4.000	$ 2.500

9. ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios para marzo?

PUESTO N°1			
Tipo de Caja	Precio	Si	No
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	1	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	1	-
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	1	-
PUESTO N°2			
Tipo de Caja	Precio	Si	No
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400		1
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	1	-
Bandeja granel 5 kg*	$ 2.300	1	-
PUESTO N°3			
Tipo de Caja	Precio	Si	No
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	1	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	1	-
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	1	-
PUESTO N°4			
Tipo de Caja	Precio	Si	No
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	1	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	1	-
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	1	-
TOTAL		**11**	**0**

10. ¿Le interesaría comprar frutillas Valle de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	-	-	1	-	1
No	1	1	-	1	3

Resultados Encuestas a Consumidores en Lo Valledor

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Tipo Comprador
1	Aguirre	Miguel	Feria Libre
2	Roman	Arturo	Restoran
3	Castillo	Fabian	Almacen - verduleria
4	Bustamante	Mario	Almacen - verduleria
5	Salas	Sandra	Hoteles
6	Garcia	Daniel	Feria Libre
7	Salgado	Fresia	Almacen - verduleria - Casino

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Atributos	1	1	-	1	1	1	1	6
Precio	1	1	1	1	-	1	1	6
Procedencia	-	1	-	-	1	1	-	3
Higiene	-	-	-	-	1	-	-	1

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
A granel	1	-	-	1	-	1	1	4
Bandejas	1	1	1	1	-	1	1	6
Clamshells	1	1	-	-	1	-	-	3

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Marca	1	-	-	-	1	1	1	4
Atributos	1	1	-	1	-	1	1	5
Caja	1	1	1	-	1	1	1	6
Envase	1	-	1	-	1	-	1	4
Precio	-	-	1	1	-	-	1	3
Procedencia	-	-	-	-	1	1	1	3
Higiene	-	-	-	-	-	-	1	1
Etiqueta	-	-	-	-	-	-	1	1

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1						
	Clamshell 500 grs						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	10%	20%	10%	0%	30%	30%	10%
Caja	10%	15%	20%	0%	10%	20%	20%
Clamshell	10%	15%	10%	0%	10%	20%	10%
Frutilla	70%	50%	60%	100%	50%	30%	60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Caja 2						
	Clamshell 1 kg						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	10%	20%	10%	0%	30%	30%	10%
Caja	10%	15%	20%	0%	10%	20%	20%
Clamshell	10%	15%	10%	0%	10%	20%	10%
Frutilla	70%	50%	60%	100%	50%	30%	60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Caja 3 (granel)						
	Bandeja 5 kg						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	0%	10%	0%	0%	0%	0%	10%
Caja	0%	10%	0%	0%	0%	0%	20%
Clamshell	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	100%	80%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	70%

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Calificación a la Caja para 10 clamshells de 500 gramos según encuestados.

FACTOR MARCA					
Encuesta N°	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3

FACTOR CAJA							
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

FACTOR CLAMSHELL					
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	2
5	3	3	3	3	3
6	2	2	2	2	2
7	3	3	3	3	3

FACTOR FRUTILLA						
Encuesta N°	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3

Calificación a la Caja para 5 clamshells de 1 kilo según encuestados.

	FACTOR MARCA				
N° Encuesta	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3

	FACTOR CAJA						
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

	FACTOR CLAMSHELL				
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	2
5	3	3	3	3	3
6	2	2	2	2	2
7	3	3	3	3	3

	FACTOR FRUTILLA					
N° Encuesta	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3

Calificación a la Bandeja a granel de 5 kilos según encuestados (solo se calificó los factores de caja y la frutilla).

	CALIFICACION FACTOR CAJA						
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	2	2	2	2
6	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

	CALIFICACION FACTOR FRUTILLA					
N° Encuesta	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	2	2	2	2	2	2
6	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3

6. ¿Qué tipo de caja prefiere para comprar frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Caja para clamshell de 500 grs	1	-	1	-	1	1	1	5
Caja para clamshell de 1 kg	-	-	-	-	1	1	1	3
Bandeja granel de 5 kg	-	1	-	1	-	-	1	3

7. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Clamshell de 500 grs	1	-	1	-	1	1	1	5
Clamshell de 1 kg	-	-	-	-	1	1	1	3
A granel	-	1	-	1	-	-	1	3

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de caja comprada?

Caja para clamshells de 500 gramos

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$4.000 - $4.999	-	1	-	-	-	-	-	1
$5.000 - $5.999	1	-	-	1	1	1	1	5

Caja para clamshells de 1 kilo

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$4.000 - $4.999	-	1	-	-	-	-	-	1
$5.000 - $5.999	1	-	-	-	1	1	-	3

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de caja?

Caja para clamshells de 500 gramos ($/caja)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$3.000 - $3.499	-	-	1	1	-	-	-	2
$4.000 - $4.999	1	1	-	-	1	-	-	3
mas de $4.500	-	-	-	-	-	1	1	2

Caja para clamshells de 1 kilo ($/caja)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$3.000 - $3.499	-	-	1	1	-	-	-	2
$4.000 - $4.999	1	1	-	-	1	-	-	3
mas de $4.500	-	-	-	-	-	1	1	2

Bandeja 5 kilos a granel ($/bandeja)

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
$1.500 - $1.999	-	-	-	-	-	1	-	1
$2.000 - $2.499	1	1	1	1	1	-	1	6

10. ¿Compraría frutillas si se mantuviese el precio constante en el año?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Si	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

11. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Si	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

12. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Si	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

La Vega Central

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a comerciantes mayoristas y consumidores en la Vega Central de Santiago.

Resultados Entrevistas a Comerciantes Mayoristas de La Vega Central

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Nombre	Apellido	Feria	Comuna	Cargo	Dirección
1	Blanca	Aguilar	Vega Central	Recoleta	Dueño	
2	George	Kharoufeh	Vega Central	Recoleta	Dueño	
3	Wilheim	Valenzuela	Vega Central	Recoleta	Dueño	
4	Isabel	Venegas	Vega Central	Recoleta	Dueño	

1. ¿Quiénes le compraron las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Ferias Libres	1	1	1	1	4
Distribuidores	1	1	1	1	4
Público Particular	1	1	1	1	4

2. ¿Cuántas frutillas de San Pedro le compraron?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Ferias Libres	4	5	3	5	17
Distribuidores	3	3	1	3	10
Público Particular	1	-	1	1	3

3. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

N° Encuesta	1	2	3	4
Marca	5%	5%	5%	5%
Caja	15%	15%	15%	15%
Clamshell	40%	40%	40%	40%
Frutilla	40%	40%	40%	40%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

4. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos (según N° de puestos encuestados):

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 1 son las siguientes:

PUESTO N°1			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	3
Tamaño	3	3	3
Color	3	3	3
Apilable	3	3	3
Capacidad	3	3	3
Sello de Calidad	3	3	3
Material	3	3	3
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	2	2	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 2 son las siguientes:

PUESTO N°2			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	2	2	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	2	2	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	2	2	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 3 son las siguientes:

PUESTO N°3			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	2	2	ncm
Color	2	2	ncm
Mensaje	2	2	ncm
Atractivo	2	2	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	2	2	ncc
Frutilla			
Color	3	3	3
Sabor	3	3	3
Aroma	3	3	3
Frescura	3	3	3
Higiene	3	3	3
Tamaño	3	3	3

ncm: no consideró marca
ncc: no consideró clamshell

Las calificaciones dadas por el encuestado N° 4 son las siguientes:

PUESTO N°4			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Marca			
Diseño	3	3	ncm
Color	3	3	ncm
Mensaje	3	3	ncm
Atractivo	3	3	ncm
Posición	3	3	ncm
Caja			
Diseño	3	3	2
Tamaño	3	3	2
Color	3	3	2
Apilable	3	3	2
Capacidad	3	3	2
Sello de Calidad	3	3	2
Material	3	3	2
Clamshell			
Diseño	3	3	ncc
Tamaño	3	3	ncc
Material	3	3	ncc
Etiqueta	3	3	ncc
Sello Seguridad	2	2	ncc
Frutilla			
Color	3	3	2
Sabor	3	3	2
Aroma	3	3	2
Frescura	3	3	2
Higiene	3	3	2
Tamaño	3	3	2

ncm: no consideró marca

ncc: no consideró clamshell

5. ¿Qué tipo de caja para frutillas prefiere vender en su negocio?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Caja para Clamshell 500 grs	1	1	1	1	4
Caja para Clamshell 1 kg	-	-	-	-	0
Bandeja a granel 5 kg	-	-	-	-	0

6. ¿Cuál cree Ud. que es la caja mas preferida por sus clientes?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Caja para Clamshell 500 grs	1	1	1	1	4
Caja para Clamshell 1 kg	-	-	-	-	0
Bandeja a granel 5 kg	-	-	-	-	0

7. ¿Cuál de los tipos de cajas se podrían vender a los siguientes canales?

PUESTO N°1			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	1	1
Supermercados	1	1	-

PUESTO N°2			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	1	1
Supermercados	1	1	-

PUESTO N°3			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	1	1
Supermercados	1	1	-

PUESTO N°4			
	Caja 1:	**Caja 2:**	**Caja 3:**
	10 Clamshells 500 grs	5 Clamshells 1 kg	Bandeja granel 5 kg
Ferias Libres	1	1	1
Supermercados	1	1	-

8. ¿Cuál fue el precio de venta de los distintos tipos de cajas entregadas?

N° Encuesta	1	2	3	4
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.000	$ 4.000	$ 4.000	$ 4.000
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.750	$ 3.750	$ 3.750	$ 3.750
Bandeja granel 5 kg	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000	$ 2.000

9. ¿Estaría dispuesto a pagar los siguientes precios para marzo?

PUESTO N°1				
Tipo de Caja	Precio	Si	No	Conversable
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	-	-	1
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	-	-	1
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	-	-	1
PUESTO N°2				
Tipo de Caja	Precio	Si	No	Conversable
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	-	1	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	-	1	-
Bandeja granel 5 kg*	$ 2.300	-	1	-
PUESTO N°3				
Tipo de Caja	Precio	Si	No	Conversable
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	1	-	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	1	-	-
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	1	-	-
PUESTO N°4				
Tipo de Caja	Precio	Si	No	Conversable
Caja para Clamshell 500 grs	$ 4.400	-	1	-
Caja para Clamshell 1 kg	$ 3.500	-	1	-
Bandeja granel 5 kg	$ 2.300	-	1	-
TOTAL		3	6	3

10. ¿Le interesaría comprar frutillas Valle de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0

11. ¿Requiere información de proveedores de frutillas para ampliar sus compras?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0

Resultados Encuestas a Consumidores en La Vega Central

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Tipo Comprador
1	Jorquera	Miguel	Particular
2	Miranda	Yolanda	Particular
3	Orellana	Juan	Particular
4	Bulboa	Rosa	Particular

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Atributos	1	1	1	1	4
Caja	1	1	1	1	4
Precio	1	1	1	1	4
Higiene	1	1	1	1	4

2. ¿Habitualmente en que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
A granel	1	1	1	1	4
Bandejas	1	1	1	1	4

3. ¿En que se fijó al momento de comprar las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Atributos	1	1	1	1	4
Caja	1	1	1	1	4
Envase	1	1	1	1	4
Precio	1	1	1	1	4
Higiene	1	1	1	1	4

4. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1				Caja 2				Caja 3 (granel)			
	Clamshell 500 grs				Clamshell 1 kg				Bandeja 5 kg			
N° Encuesta	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Marca	5%	5%	5%	5%	0%	0%	0%	0%	10%	10%	10%	10%
Caja	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	20%	20%	20%	20%
Clamshell	10%	10%	10%	10%	15%	15%	15%	15%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	70%	70%	70%	70%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Calificación a la Caja para 10 clamshells de 500 gramos según encuestados.

FACTOR MARCA					
Encuesta N°	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3

FACTOR CAJA							
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3

FACTOR CLAMSHELL					
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	2
2	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	3	2

FACTOR FRUTILLA						
Encuesta N°	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3

Calificación a la Caja para 5 clamshells de 1 kilo según encuestados.

	FACTOR MARCA				
N° Encuesta	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3

	FACTOR CAJA						
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3

	FACTOR CLAMSHELL				
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	2
2	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	3	2

	FACTOR FRUTILLA					
N° Encuesta	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3

Calificación a la Bandeja a granel de 5 kilos según encuestados (solo se calificó los factores de caja y la frutilla).

	CALIFICACION FACTOR CAJA						
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3

	CALIFICACION FACTOR FRUTILLA					
N° Encuesta	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3

6. ¿Qué tipo de caja prefiere para comprar frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Caja para clamshell de 500 grs	1	1	1	1	4
Caja para clamshell de 1 kg	-	-	-	-	0
Bandeja granel de 5 kg	-	-	-	-	0

7. ¿Qué tipo de envase para frutillas prefiere?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Clamshell de 500 grs	1	1	1	1	4
Clamshell de 1 kg	-	-	-	-	0
A granel	-	-	-	-	0

8. ¿A que precio compró las frutillas de San Pedro de acuerdo al tipo de caja comprada?

N° Encuesta	1	2	3	4
Caja para clamshells de 500 grs	-	$ 4.500	-	$ 4.000
Caja para clamshells de 1 kg	-	$ 3.000	-	$ 3.000
Bandeja de 5 kg a granel	-	$ 2.000	-	$ 2.000

9. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por las frutillas de San Pedro según tipo de caja?

Caja para clamshells de 500 gramos ($/caja)

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
$5.000 - $5.499	1	1	1	1	4

Caja para clamshells de 1 kilo ($/caja)

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
$4.500 - $4.999	1	1	-	-	2
$5.000 - $5.499	-	-	1	1	2

Bandeja 5 kilos a granel ($/bandeja)

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
$2.500 - $2.999	1	1	1	1	4

10. ¿Compraría frutillas si se mantuviese el precio constante en el año?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	0

11. ¿Si la marca Valle de San Pedro es segura, la seguiría comprando?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	0

12. ¿Le interesaría una oferta habitual de frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	Total
Si	1	1	1	1	4
No	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	0

11.2.3 Hoteles y Restaurantes

A continuación, se muestra el registro estadístico de los datos obtenidos en terreno durante la aplicación de las encuestas y entrevistas a ejecutivos de adquisiciones y encargados de cocina de restaurantes y hoteles de Santiago.

Antecedentes Generales

N° Encuesta	Apellido	Nombre	Cargo	Establecimiento	Nombre	Comuna
1	Bravo	Maria Isabel	Adquisiciones	Hotel	Sheraton	Providencia
2	Santana	Sergio	Adquisiciones	Hotel	Regal Pacific	Las Condes
3	Suarez	Juan	Chef Cocina	Restaurant	Alfresco	Las Condes
4	Berrios	Ruby	Adquisiciones	Hotel	Ritz Carlton	Las Condes
5	Pascual	Isabel	Administración	Restaurant	La Cocina de Javier	Vitacura
6	Duarte	Mauricio	Chef Cocina	Restaurant	El Apero	Vitacura
7	Avendaño	Jose	Gte. Operaciones	Restaurant	Pura Carne	Vitacura

1. ¿En que se fija cuando compra frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Atributos	1	1	1	1	1	1	1	7
Higiene	1	1	1	1	1	-	1	6
Caja	1	1	1	1	1	-	-	5
Envase	-	1	-	1	1	1	-	4
Precio	1	-	-	1	-	-	-	2
Procedencia	-	-	1	-	-	-	-	1

2. ¿Qué le llamo la atención de la frutilla de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Atributos	-	1	1	1	1	-	-	4
Caja	1	1	1	1	1	1	1	7
Envase	1	1	1	1	1	1	1	7

3. ¿En que tipo de formato compra las frutillas?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Bandejas	1	-	-	-	1	1	1	4
Clamshells	-	1	1	1	-	-	-	3

4. ¿Qué tipo de cajas prefiere para distribuir las frutillas hasta su negocio?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Caja para clamshell 500 grs	-	1	1	1	1	1	-	5
Caja para clamshell 1 kg	-	1	1	1	1	-	-	4
Bandeja a granel 5 kg	1	-	-	-	-	-	1	2

5. ¿Prefiere recibir las frutillas envasadas o a granel?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
A granel	1	-	-	-	-	-	1	2
Envasada	-	1	1	1	1	1	-	5

6. Si prefiere recibir las frutillas envasadas, ¿Que formatos de envase prefiere?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Clamshell 500 grs	-	1	1	-	1	1	-	4
Clamshell 1 kg	-	1	-	1	1	-	-	3

7. ¿Qué preparaciones realizará con las frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Consumo fresco	1	1	1	1	1	1	-	6
Jugos	1	-	1	-	-	-	1	3
Postres	1	1	1	1	-	-	-	4
Mermeladas	-	-	-	-	-	1	-	1
Salsas	-	-	1	-	-	1	-	2
Comidas	-	-	-	-	1	1	-	2

8. ¿Qué nivel de importancia le daría Ud. a este producto para su negocio?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Imprecindible	1	-	-	-	-	-	-	1
Significativa	-	1	1	1	-	1	-	4
Leve	-	-	-	-	1	-	1	2

9. ¿Le interesaría comprar frutillas de San Pedro?

N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7	Total
Sí	1	1	1	1	1	1	1	7
No	-	-	-	-	-	-	-	0
Indiferente	-	-	-	-	-	-	-	0

10. Califique con porcentaje (%) de relevancia los siguientes componentes del producto:

	Caja 1						
	Caja para clamshells de 500 gramos						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	0%	20%	5%	5%	0%	0%	0%
Caja	20%	15%	5%	12,5%	0%	25%	20%
Clamshell	0%	15%	20%	12,5%	20%	25%	0%
Frutilla	80%	50%	70%	70%	80%	50%	80%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	Caja 2						
	Caja para clamshells de 1 kilo						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	0%	20%	5%	5%	0%	0%	0%
Caja	20%	15%	5%	12,5%	0%	25%	20%
Clamshell	0%	15%	20%	12,5%	20%	25%	0%
Frutilla	80%	50%	70%	70%	80%	50%	80%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	Caja 3 (granel)						
	Bandeja de 5 kilos						
N° Encuesta	1	2	3	4	5	6	7
Marca	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Caja	20%	20%	30%	20%	0%	0%	0%
Clamshell	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Frutilla	80%	80%	70%	80%	100%	100%	100%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

11. Califique con nota de 1 a 3 los siguientes atributos:

Calificación a la Caja para 10 clamshells de 500 gramos según encuestados.

FACTOR MARCA					
Encuesta N°	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	2	2	3	2	3
5	3	3	3	3	3
6	2	2	3	3	2
7	3	3	3	3	3

FACTOR CAJA							
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	2	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

FACTOR CLAMSHELL					
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3

FACTOR FRUTILLA						
Encuesta N°	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	2	2	2	2	2	2

Calificación a la Caja para 5 clamshells de 1 kilo según encuestados.

FACTOR MARCA					
Encuesta N°	Diseño	Color	Mensaje	Atractivo	Posicion
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	2	2	3	2	3
5	3	3	3	3	3
6	2	2	3	3	2
7	3	3	3	3	3

FACTOR CAJA							
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	2	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

FACTOR CLAMSHELL					
Encuesta N°	Diseño	Tamaño	Material	Etiqueta	Sello de Seguridad
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3

FACTOR FRUTILLA						
Encuesta N°	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	2	2	2	2	2	2

Calificación a la Bandeja a granel de 5 kilos según encuestados (solo se calificó los factores de caja y la frutilla).

	FACTOR CAJA						
N° Encuesta	Diseño	Tamaño	Color	Apilable	Capacidad	Sello de Calidad	Material
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3
6	2	3	2	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3

	FACTOR FRUTILLA					
N° Encuesta	Color	Sabor	Aroma	Frescura	Higiene	Tamaño
1	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	2
4	3	2	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	2	2	2	2	2	2

11.4 Servicios externos de empresas y/o profesionales contratados para la ejecución de las actividades del proyecto.

Proveedor	Producto / Servicio
El Mercurio de Valparaíso Diario El Lider de Melipilla y San Antonio	Publicación y difusión Fiesta de la Frutilla San Pedro.
Radio Acuarela FM	Difusión radial Fiesta de la Frutilla de San Pedro.
BAS Quality Consultores Ltda.	Investigación y diagramación Ruta de la Frutilla. Desarrollo Focus Group. Personal para encuestas en canales de distribución. Desarrollo e Ingeniería cajas embalaje.
Allan Honour Vilensky, Diseñador Grafico	Desarrollo gráfico etapa de proyecto. Impresiones graficas etapa de proyecto.
Imprenta Aconcagua	Impresión gráfica Ruta de la frutilla.
Agro Solutions Ltda.	Logística en Marketing.
Gráfica Dexter	Desarrollo Gigantografía corporea en la zona de San Pedro.