



2012060082027

21/06/2012 - 13:36

Operador: OJORQUER

Vro. Inscrip: 1096v - División Control Financiero Valores



Santiago, 21 de junio de 2012

Señor
Fernando Coloma Correa
Superintendente de Valores y Seguros
Presente

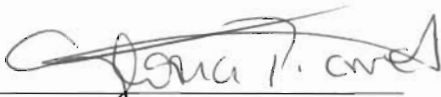
Ref.: Antecedentes Road Show y Prensa

De nuestra consideración:

Por medio de la presente, adjunto los siguientes antecedentes:

- 1- Copia del Prospecto Comercial
- 2- Copia de los Antecedentes que se presentan en los Road Show
- 3- Publicaciones en Prensa
- 4- Copia de la publicidad que se está llevando a cabo en medios escritos.

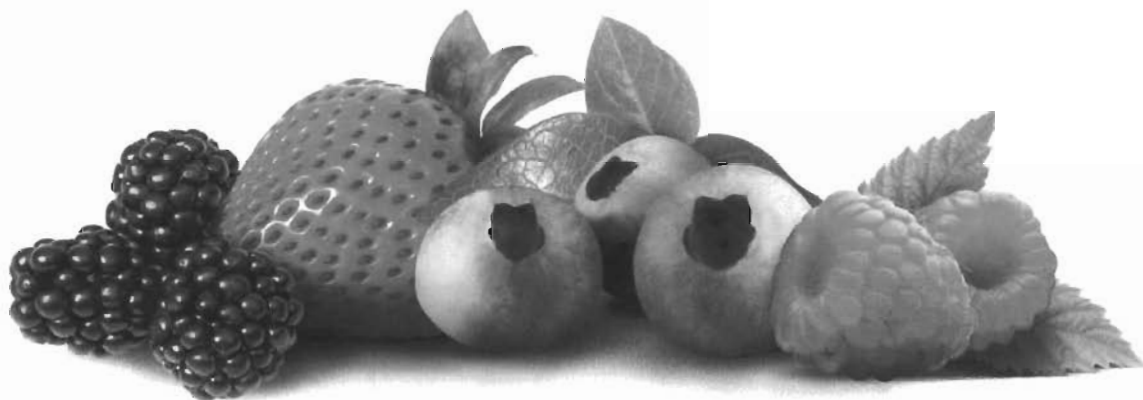
Sin otro particular se despide atentamente



Gloria Pierret Ortiz
Fiscal
Hortifrut S.A.

Hortifrut

2012



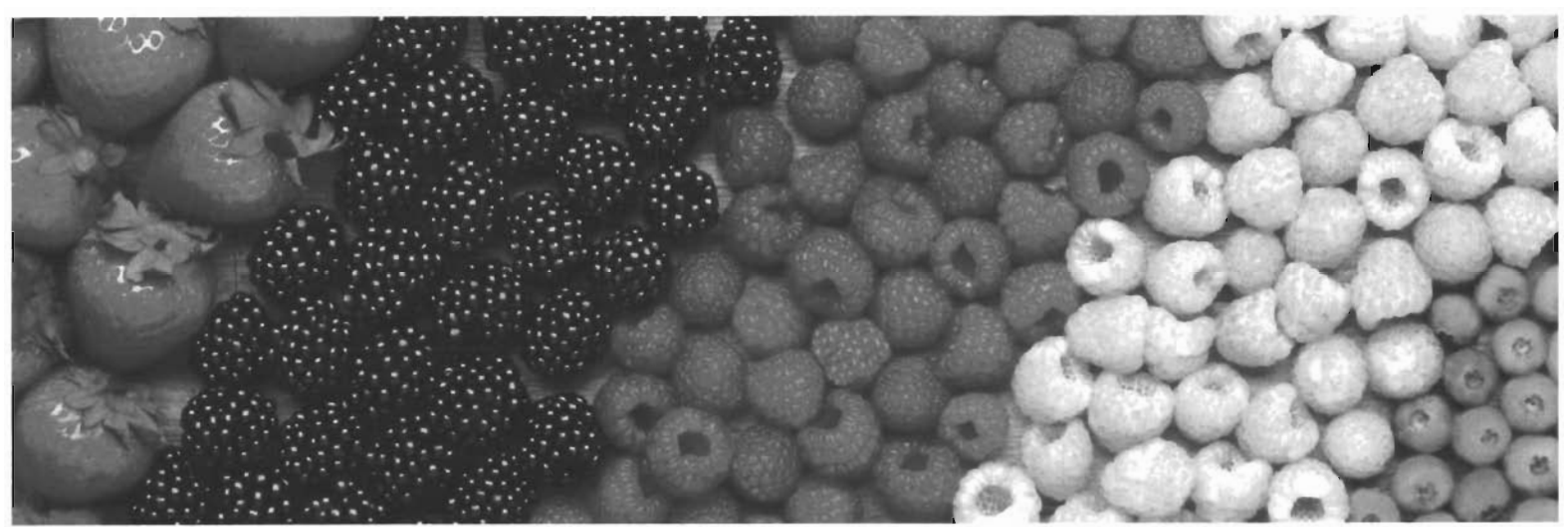
Oferta de Acciones



PENTA CORREDORES
DE BOLSA

celfincapital

Todos los Berries, a Todo



el Mundo, Todos los Días.

Indice

Carta del presidente	5
Antecedentes de la Emisión	7
Introducción a la Compañía	15
Consideraciones de Inversión	19
Descripción de la Industria	35
Descripción de la Compañía	47
Plan de Inversiones	57
Antecedentes Financieros	59
Factores de Riesgo	64





Carta del presidente

Estimados socios y futuros socios:

Desde la primera exportación comercial al hemisferio norte hace 26 años y con sólo 15 toneladas, la misión de nuestra empresa ha sido "Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los Días".

Con este importante acontecimiento comienza nuestra exitosa historia de negocio, innovación y liderazgo, la que ha permitido a Hortifrut alcanzar ventas en los últimos doce meses a marzo de 2012 superiores a los US\$ 190 millones, EBITDA cercano a los US\$ 25 millones y comercializar más de 28 millones de kilos de Berries frescos en 37 países.

Nuestro modelo de negocio, integrado desde la genética hasta el cliente final, con más de 1.100 hectáreas de producción propia y 700 productores, nos ha permitido llegar a los principales clientes del mundo a través de marcas y plataformas comerciales propias. Así hemos podido desarrollar las categorías de frutas con más crecimiento en los últimos años y reconocida hoy como la más saludable de la industria: la categoría de los Berries (arándanos, frambuesas, frutillas y moras). Hoy día vendemos junto a nuestros asociados alrededor de 600 millones de envases con marcas de Hortifrut (Naturipe, Southern Sun) que llegan a los hogares en distintos lugares del mundo.

Para los que recién están conociendo Hortifrut y los Berries me gustaría transmitirles los fundamentos y las oportunidades que existen de inversión.

En primer lugar, nuestra empresa comercializa un producto que no es de nicho. El 18,9% de las ventas de frutas y verduras frescas en Estados Unidos y Canadá son de Berries, en otras palabras, los consumidores gastan casi 1 de cada 5 dólares de las frutas frescas en Berries, superando a todas las demás frutas frescas. Los drivers de este crecimiento han sido el alto contenido de antioxidantes que los han posicionado como un superfood, así mismo, la conveniencia del producto (no se pelan, se venden empacados), sus diferentes usos, la gama de colores y sabores dulces y ácidos. Dada la contribución que hemos hecho para que estén disponible las 52 semanas del año, para los supermercados, que son nuestros clientes, es la fruta más rentable por metro cuadrado, por ser número uno en ventas de frutas frescas.

Este fenómeno de crecimiento que está experimentando Estados Unidos y Canadá se está replicando en casi todos los otros continentes. Por falta de producción, canales de distribución adecuados, acuerdos fitosanitarios o acuerdos de libre comercio, el consumo de Berries en otros países está recién iniciando su desarrollo y está muy lejos de alcanzar los niveles de consumo esperados. Por ejemplo, el consumo per cápita de arándanos en Europa es de 82 gramos al año y en USA supera los 526 gramos. Esta estadística similar se repite para los otros berries y si miramos los mercados emergentes, cuya demanda está creciendo a tasas altísimas, el consumo es todavía irrelevante porque el producto simplemente no ha estado disponible. Hortifrut tiene en su misión satisfacer a esos mercados, las 52 semanas del año sirviendo esa demanda.

En segundo lugar, Hortifrut tiene como visión ser el líder mundial en la categoría Berries. Hoy en día, en conjunto con nuestros asociados somos a nivel mundial N°1 en arándanos y arándanos orgánicos y N°2 en la categoría de Berries completa. Para esto hemos recorrido un largo camino que nos ha obligado a ser pioneros en muchas cosas y a invertir en innovación constantemente. Estas inversiones las hemos hecho no sólo en genética, donde hoy tenemos el programa varietal más importante del mundo en arándanos y uno de los más grandes de frambuesas y moras, también lo hemos hecho en aperturas de mercados, nuevas zonas de producción, logística, tecnologías de la información (SAP), conversión a productos orgánicos (hoy día Hortifrut es el productor más grande del mundo de arándanos orgánicos), nuevos procesos tecnológicos,

embalajes, y productos de valor agregado como el Ready to Eat. Todo lo anterior no hubiese sido posible si no existiera esa pasión, amor por los Berries y una cultura de innovación en Hortifrut.

Respecto a las oportunidades, creemos que Hortifrut se encuentra en una posición histórica que permitirá tener ventajas competitivas importantes para enfrentar la próxima década. Un ejemplo de esto, es que hace solo unas semanas estamos entregando a los 14.000 restaurantes de McDonald's de EE.UU. un producto cuya innovación tecnológica ha permitido al ícono del food service en el mundo, ofrecer por primera vez a sus millones de clientes, arándanos frescos "ready to eat". Fueron más de ocho años de investigación que nos permitieron hoy tener acceso a un nuevo mercado como es el de food service, cuyo tamaño es el equivalente al de todo el segmento retail de ese país. En otras palabras, tenemos un Estados Unidos dentro de Estados Unidos que estamos recién explotando.

Esta tecnología también la comercializaremos en los food-service y convenience stores de todo el mundo. Oportunidades como esta son históricas en nuestro mercado y creemos firmemente que Hortifrut seguirá siendo exitoso al abordarla.

La tercera oportunidad que estamos desarrollando es relacionada con la expansión de nuestra nueva genética, tanto en arándanos, frambuesas y moras. En los primeros dos productos ya tenemos resultados comerciales exitosos que nos permite en arándanos producir en ventanas de precios muy atractivas además con grandes ventajas logísticas. En el caso de las frambuesas nuestra genética nos permitirá cumplir con los requerimientos que muchas veces nos han solicitado nuestros clientes, aumentar nuestra participación de mercado en forma considerable, en un mercado que hoy es liderado por un solo productor.

Por último, no podemos dejar de hablar de los nuevos mercados: Asia en general y China en particular. China recién se ha abierto para los arándanos chilenos y es probable que Corea del Sur se abra durante este año. En Latinoamérica, en Brasil estamos plantando Berries y estamos exitosamente desarrollando un mercado con un potencial de crecimiento importante. Esto, sumado al food service global y al resto de los países que están creciendo a tasas importantes, asegura un gran crecimiento por muchos años y a precios atractivos.

Hortifrut espera aprovechar con velocidad estas grandes ventajas comparativas y competitivas de innovación hoy probadas y en ejecución. Para ello hemos diseñado un ambicioso plan de inversiones y estamos abriendo la compañía a la bolsa, invitando a los inversionistas a apoyarnos en este plan y a crecer con nosotros.

Veo con gran entusiasmo y optimismo la enorme oportunidad y dinamismo que tiene la empresa para enfrentar la próxima década e invito a nuestros accionistas a crecer con ella.

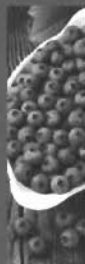
"Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los Días" seguirá siendo nuestro grito de guerra en Hortifrut, hasta conquistar cada rincón relevante de nuestro planeta.

Victor Moller
Presidente



2. Antecedentes de la Emisión

2.1. Antecedentes del Emisor



Emisor	Hortifrut S.A.
Actividad	Adquisición, producción, elaboración, transformación, industrialización, distribución, comercialización, exportación, importación de toda clase de productos o subproductos hortícolas, frutícolas, agropecuarios y otros, así como la prestación de servicios y asesorías en relación a dichas materias
Código Nemotécnico	HF
Dirección Oficinas Corporativas	Avenida del Cóndor n°600, piso 4, Ciudad Empresarial, Huechuraba, Santiago, Chile
Teléfono	+56 2 479 2600
Página web	www.hortifrut.com

2.2. Antecedentes de la Oferta



Número de Acciones Suscritas y Pagadas	253.559.790
Número de Acciones Ofrecidas	Hasta un máximo de 103.566.675 acciones de pago de primera emisión (primarias)
Número Final de Acciones Suscritas y Pagadas	Hasta 357.126.465
Porcentaje de Dispersión	Hasta 29,0%
Uso de los Fondos	Los fondos obtenidos mediante la emisión de acciones serán destinados por la Sociedad en un 100% para financiar el plan de inversiones de la Sociedad, que contempla masificar la genética que posee actualmente Hortifrut en los distintos berries, abrir nuevos mercados principalmente Asia y Latinoamérica e incrementar la capacidad productiva de productos con valor agregado, entre ellos el producto Ready to Eat (RTE).
Agentes Colocadores	Penta Corredores de Bolsa S.A. Celfin Capital S.A. Corredores de Bolsa
Asesores Legales	Noguera, Larrain & Dulanto
Auditores	Price Waterhouse Coopers



2.3. Beneficio tributario

Hortifrut S.A. se encuentra inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros y sus acciones se transarán en el Mercado para Empresas Emergentes regulado por la Bolsa de Comercio de Santiago ("Bolsa Emergente"). Por esta razón, en la medida que se enajenen en una bolsa de valores del país o en un proceso de oferta pública de adquisición de acciones regido por el Título XXV de la Ley N° 18.045, las acciones de Hortifrut S.A. estarán exentas del impuesto a las ganancias de capital por un período de tres años contados desde el primer día de transacción, independiente de su presencia bursátil.

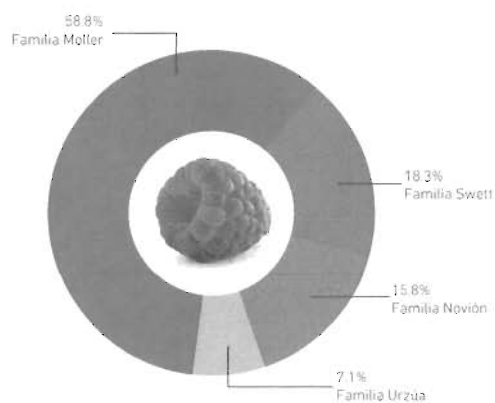
Este beneficio se mantendrá más allá de los tres años en la medida que las acciones de la Compañía cuenten con presencia bursátil.

2.4. Sponsor y Market Maker

Según lo establece la normativa, las sociedades que transen sus acciones en la Bolsa Emergente deberán contar con un Sponsor y un Market Maker. En su calidad de Sponsor de Hortifrut S.A., Penta Corredores de Bolsa y Celfin Capital Corredores de Bolsa serán los encargados, entre otras actividades, de realizar eventos informativos al mercado, previo y post apertura de la Compañía en la Bolsa de Comercio. En su calidad de Market Maker de Hortifrut, Penta Corredores de Bolsa y Celfin Capital Corredores de Bolsa velarán por la liquidez de los títulos de la Compañía.

2.5. Estructura Accionaria

Estructura accionaria



FUENTE: Hortifrut

Existe un pacto controlador entre todos los actuales accionistas de la Compañía.



2.6. Directorio



Victor Moller Schiavetti

Presidente

Empresario, Presidente Hortifrut S.A., Director de Naturipe Farms LLC, Director Naturipe Foods LLC, Board Member Produce Marketing Association of E.U.U., Director Consejo PMA Chile, Director Marbella Chile y Director Corporación Cultural Virreynco.



Alfonso Swett Saavedra

Director

Empresario, Presidente de Forus S.A., Costanera S.A.C.I., Inmobiliaria Costanera S.A., Olisur S.A., Director de Electrometal S.A., Cristalerías de Chile S.A., Navarino S.A., Quemchi S.A., Vina Santa Rita S.A., Marbella Chile S.A., y Consejero de Sofofa.



Alfonso Andrés Swett Opazo

Director

Ingeniero Comercial Universidad Católica de Chile, MBA and Scholar of the class Duke University, Gerente General Costanera SACI, Director ejecutivo de Forus S.A., Director de Olisur S.A., Inmobiliaria Costanera S.A., Parque del Sol S.A., Arteco S.A., Vicepresidente de la Unión Social de Empresarios Cristianos, Asesor Económico CONAPYME, Consejero SOFOFA y Profesor de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica.



Germán Novión Verdugo

Director

Ingeniero Comercial PUC, MBA del Anderson School at UCLA, Empresario, Agricultor, Socio Director de empresas familiares.



Juan I. Sutil Servoin

Director

Empresario; Presidente de Empresas Sutil, Coagra S.A., Ban-Coagra Soluciones Financieras, PacificNut Corp. S.A., Viña Sutil S.A., Director de Champiñones Abrantes S.A., Consejero de la SNA y ASOEX, Presidente de Chilean Walnuts Commission (ChWC) y Vicepresidente de la Asociación de Distribuidores de Agro Insumos de Chile (ADIAC).

11



Heriberto Urzúa Sánchez

Director

Ingeniero Comercial Pontificia Universidad Católica, MBA L.B.S (London Business School), MBE IESE Universidad de Navarra, Director de Fortus, Alsacia, Relsa y Aceros Otero.



Arturo Gonzalo Jimenez Seminario

Director

Economista y M.Sc. en Finanzas, Universidad de Chile. MBA Ecole des Ponts et Chaussees, Francia. Luksis Scholar en David Rockefeller Center Harvard University. Doctorando (DBA) en Action Learning, University of Liverpool, UK. Profesor Cátedra de Estrategia Corporativa en programas MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez. Director del Centro de Empresas familiares Albert von Appen de la UAI. Fundador y Presidente de Protocus Management Consulting. Director del holding Kacincio. Asesor de directorios y consejero de grupos empresariales familiares de Chile y Perú.



Francisco Condon Schiavetti

Director

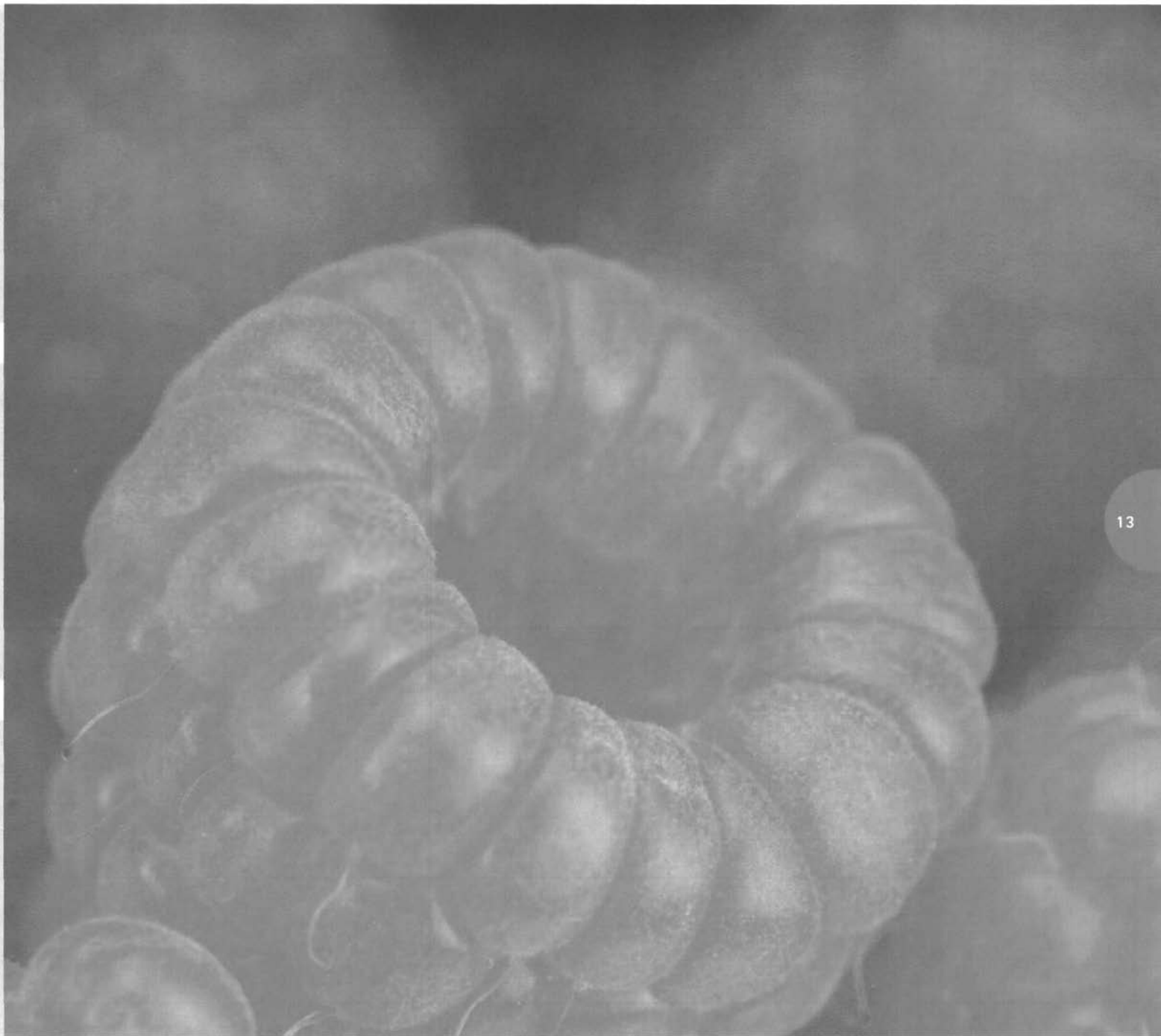
Empresario Agrícola. Director Corporación Marbella Country Club, Marbella Country Club S.A. Gerente Agrícola Lumaco S.A., Inmobiliaria Curacavi S.A. y Holding IMG.



Víctor Edmundo Moller Opazo

Director

Administración Agrícola de La Escuela Agrícola de Paine. Post-Grado en la Universidad Católica de Chile. Gerente General Hortifrut Comercial Latino América. Director Ejecutivo Holding IMG.





3. Introducción a la Compañía

Hortifrut es una compañía productora, exportadora y comercializadora de berries en Chile y el mundo, posicionada como un líder mundial en berries. Dada su diversidad global y geográfica, la compañía dispone de una oferta diversificada de berries a todo el mundo a través de plataformas comerciales y marcas propias (Naturipe® y Southern Sun®) garantizando abastecimiento tanto al hemisferio norte como al sur durante los doce meses del año. Dentro de la oferta de productos frescos, las principales especies de berries comercializadas por Hortifrut incluyen arándanos, frambuesas, frutillas y moras, las cuales son comercializadas en Norte América, el Caribe, América del Sur, Europa y Asia.

El modelo de negocio único y exitoso de Hortifrut que va desde el campo a cliente final o desde el "family farm to the family table" le ha permitido a la empresa controlar toda la cadena de valor. Los principales focos de inversión de Hortifrut han sido siempre en genética y plataformas comerciales. De esta forma, Hortifrut invitó en EE.UU. a Naturipe Berry Growers (Nº2 de frutillas de California), a Michigan Blueberry Growers (Nº1 en arándanos de USA) y a Mungers Brothers (Nº1 de arándanos de California) a formar Naturipe Farms que es hoy Nº1 en arándanos del mundo y Nº2 en berries. Esto mismo lo replicó en Europa formando junto a Atlantic Blue la empresa Euroberry Marketing.

Una de las principales características de la compañía desde su fundación, ha sido el marcado foco por la innovación. Este liderazgo innovador se ha traducido en el desarrollo exitoso de genética, implementación de nuevos productos con valor agregado y creación de nuevos mercados.

Áreas de Negocio:



Datos Claves

Hortifrut junto
a sus asociados es

Nº1

en ventas de
arándanos y

Nº2

en ventas de
berries a nivel
mundial

30

centros
de distribución
en el mundo

Nº1

en ventas de
arándanos orgánicos
a nivel mundial

Ventas por sobre los

US \$190

Millones

en los últimos
12 meses a marzo
2012

Presencia
comercial en

37

países

Más de
28
millones
de kilos de
berries al año
comercializados

Más de
400
clientes en todo
el mundo

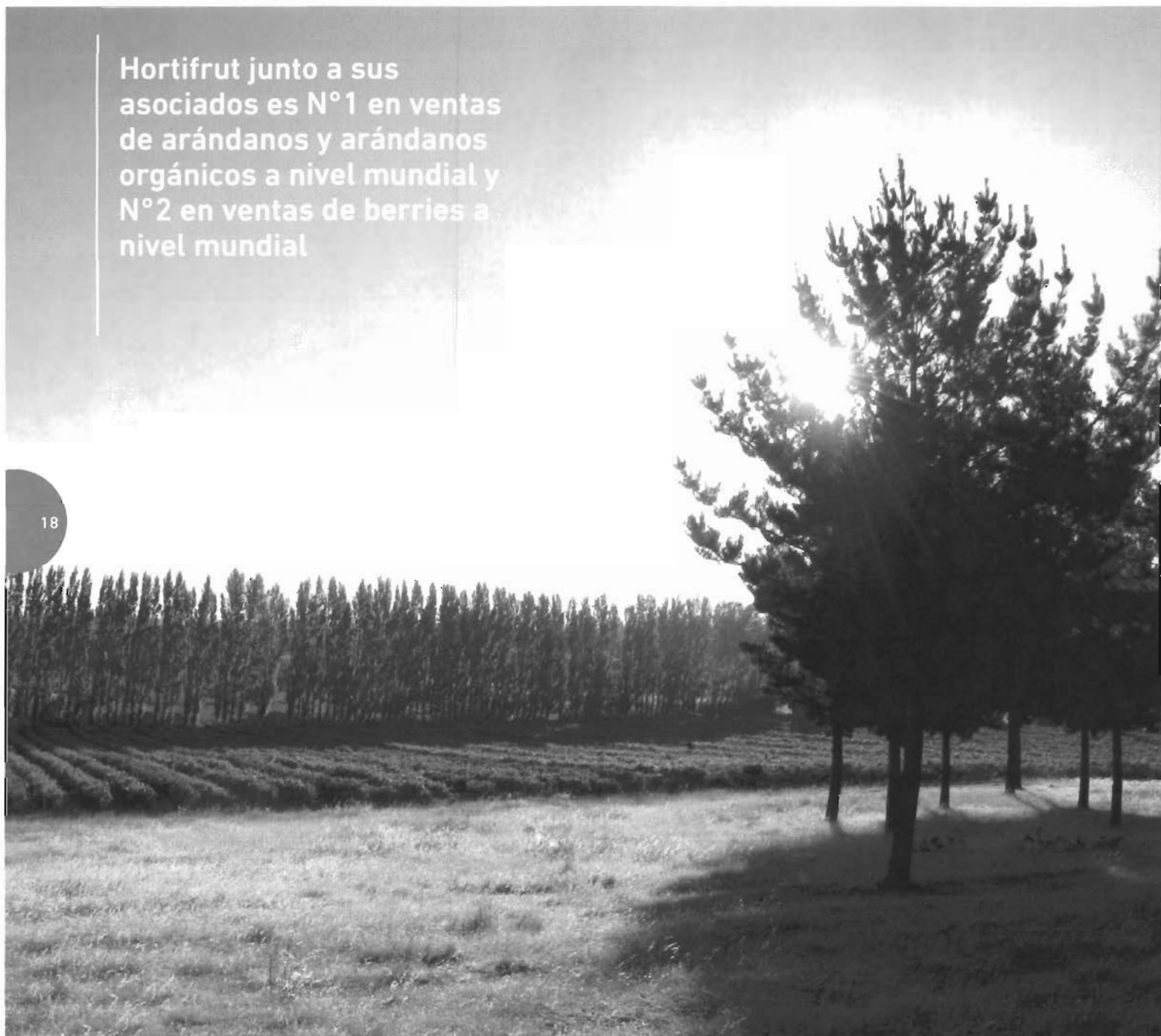
Activos productivos en
ambos
hemisferios

Más de
700
productores
de berries en
7 países

Abastece
con berries las
52
semanas
del año a
supermercados y
restaurantes

Marca Naturipe®
cumple en 2017
100 años
de reconocimiento
en el mercado

Hortifrut junto a sus
asociados es N°1 en ventas
de arándanos y arándanos
orgánicos a nivel mundial y
N°2 en ventas de berries a
nivel mundial



4. Consideraciones de Inversión

4.1. Compañía líder en la industria mundial

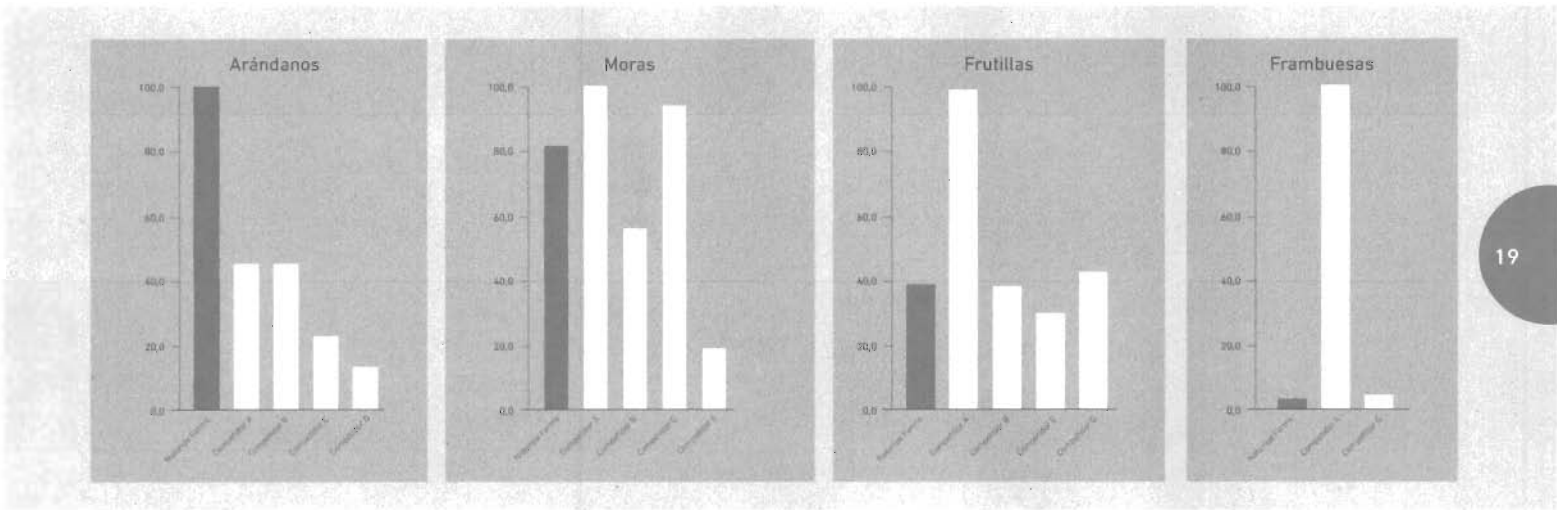
Hortifrut es una empresa líder en la industria de berries con cerca de 30 años de experiencia que produce, comercializa y distribuye al mundo las 52 semanas del año, convirtiéndola en una empresa de carácter global.

Posee activos productivos propios de primer nivel tanto en el hemisferio norte como en el hemisferio sur, abarcando ambas temporadas de cosecha y cuenta con marcas propias y presencia comercial en 37 países, capaces de abastecer a los más importantes mercados del mundo con toda la categoría de berries frescos (arándanos, frutillas, frambuesas y moras).

La compañía fue pionera en la exportación de berries en el hemisferio sur y hoy día cuenta con el programa genético de arándanos más grande del mundo.

Gracias a esto y a su permanente innovación, Hortifrut y sus asociados han logrado posicionarse en ventas como la empresa N°1 en arándanos convencionales y orgánicos y N°2 en berries a nivel mundial.

Participación relativa mercado de berries en Norteamérica (últimos 12 meses a marzo 2012)



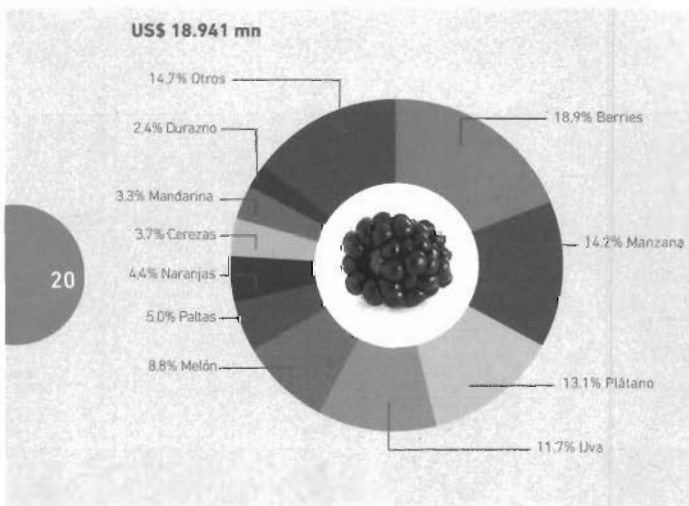
Fuente: Estimación de Naturipe Farms (filial de Hortifrut) (gráfico muestra al líder de cada mercado con un indicador relativo de 100 y el market share del resto de los competidores se calcula sobre esa base)



4.2. Los berries son # 1 en ventas entre todas las frutas frescas en el mercado retail de Estados Unidos y Canadá

Los berries son la fruta más vendida en el mercado retail de Estados Unidos y Canadá, el mercado de fruta fresca más importante a nivel mundial, con ventas por más de US\$ 20.000 millones anuales. Durante el año 2011, las ventas de berries en este canal totalizaron más de US\$ 3.500 millones, alcanzando una participación de mercado de 18,9%, por delante de las manzanas, plátanos y uvas, los que representaron un 14%, 13% y un 12% respectivamente.

Participación del producto berries en las ventas de retail norteamericano, valoradas en US\$ (no incluye Club Stores)

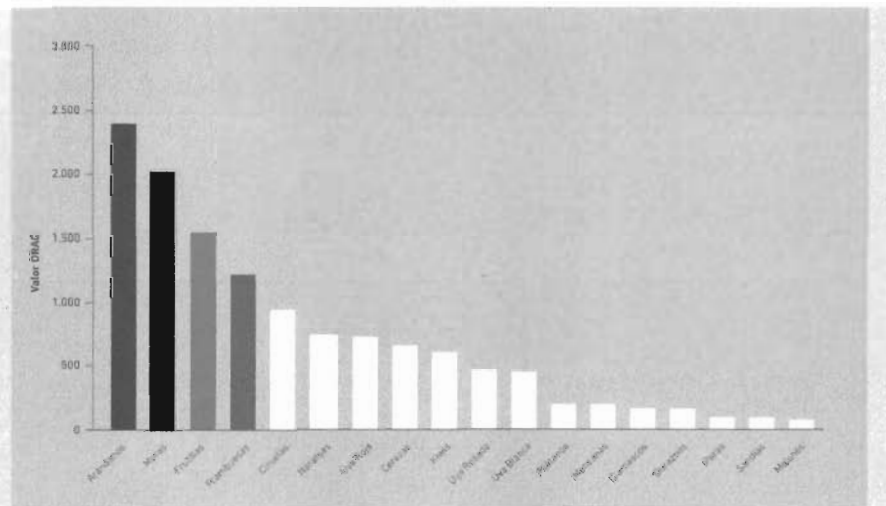


FUENTE: FreshLook Marketing, últimas 52 semanas terminadas el 11/09/2011

El tiderazgo alcanzado en este mercado se debe en gran parte a las atractivas cualidades nutricionales que poseen los berries, a su formato de conveniencia de consumo y empaque, atributos que han impulsado su consumo en todo el mundo como consecuencia de una mayor conciencia de las personas por una alimentación completa, nutritiva y saludable.

Las beneficiosas propiedades nutricionales que los berries poseen hacen que sean considerados en la categoría de alimentos "superfood" debido a su alta concentración de antioxidantes, los cuales evitan la generación de radicales libres, asociados directamente con la aparición de enfermedades degenerativas, y a sus elevadas concentraciones de nutrientes esenciales beneficiosos para la salud.

Berries: Líder en cualidades nutricionales
Actividad Antioxidante en Frutas Frescas

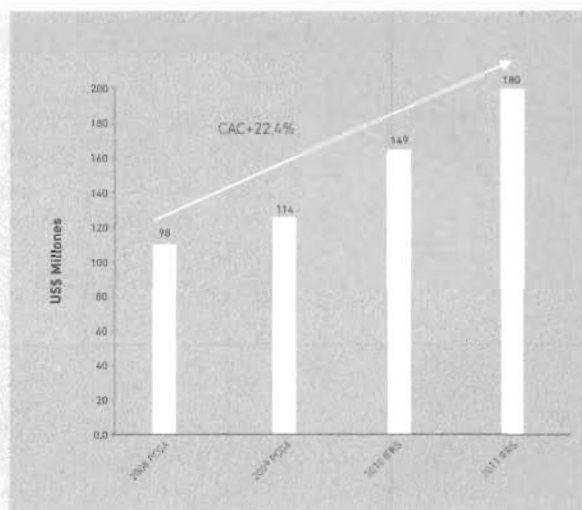


ORAC: Capacidad de Absorción de Radicales de Oxígeno - mmol Trolox equiv/100gr
FUENTE: USDA (U.S. Department of Agriculture) y Journal of American Chemical Society

4.3. Compañía con un alto potencial de crecimiento

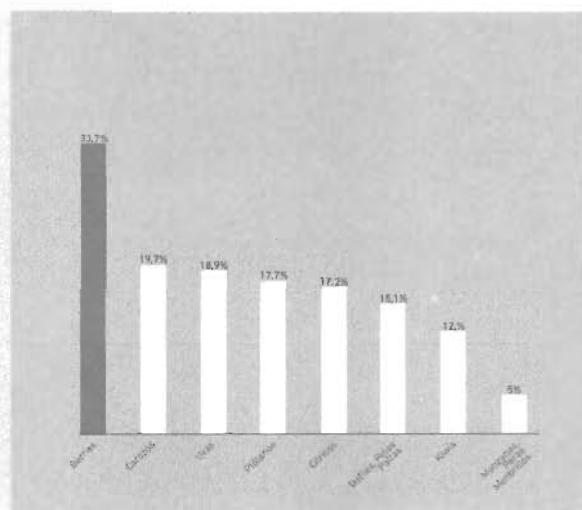
Hortifrut ha mantenido su posición de liderazgo en la industria de berries a través de un crecimiento fuerte y sostenido. El ingreso por ventas ha crecido a una tasa promedio anual de 22,4% durante los últimos 3 años.

Evolución de ingresos por ventas de Hortifrut



FUENTE: HORTIFRUT

Crecimiento industria frutícola según importaciones 2007-2010



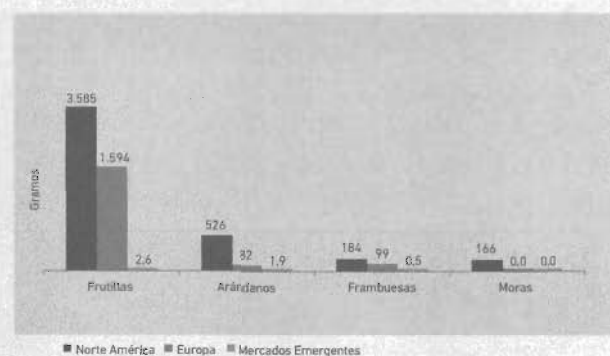
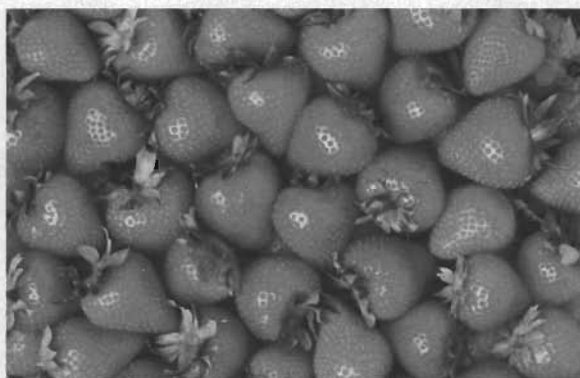
FUENTE: UN Comtrade 2010 (base estadística de las Naciones Unidas)

a) Berries lideran crecimiento en la industria frutícola:

Hortifrut participa en una industria que en la última década ha experimentado un acelerado crecimiento en términos de consumo. Sólo en el período 2007 - 2010, los berries crecieron un 33,7% en términos de importaciones totales a nivel mundial, liderando el crecimiento entre todas las frutas frescas consumidas en el mundo.



Consumos anual per cápita (gramos) de Berries por región

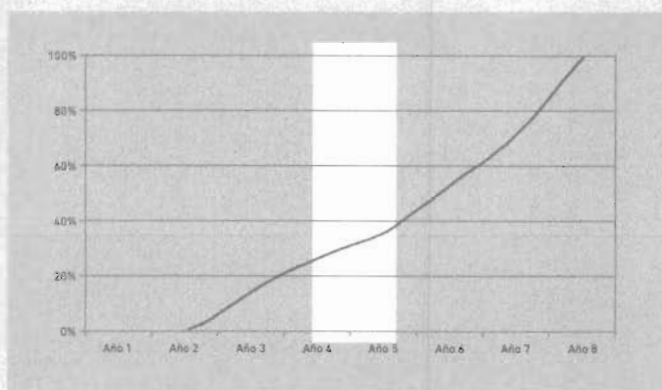


FUENTE: ERS/USDA, FAO y Comtrade

b) Alto potencial en Europa y mercados emergentes

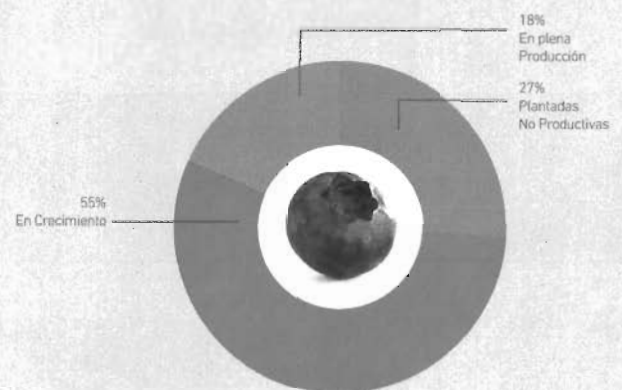
El mercado mundial de berries se espera que evolucione hacia un nivel de desarrollo y alto consumo, como se observa en la actualidad en el mercado norteamericano. Debido a que no han tenido suficiente disponibilidad de fruta, el consumo per cápita de berries en Europa es considerablemente inferior en comparación con el norteamericano y en los mercados emergentes en la industria de los berries – tales como México, Brasil, China, Corea y Japón – el consumo per cápita es aún menor. Existe un inmenso potencial de crecimiento en el desarrollo de dichos mercados. Como ejemplo, en la temporada recién pasada las exportaciones desde Chile hacia Asia crecieron en un 49%. Adicionalmente, la reciente apertura del mercado chino para los arándanos chilenos en noviembre de 2011 representa una gran oportunidad para la compañía, ya que se trata de un mercado de tamaño considerable a nivel mundial.

Curva de maduración tipo de nuevas plantaciones de arándano



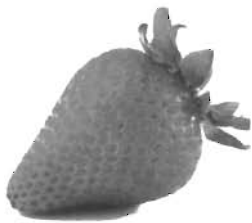
Edad Promedio Plantaciones de Arándanos Hortifrut en Chile

Composición hectáreas producción propia de arándanos a marzo 2012

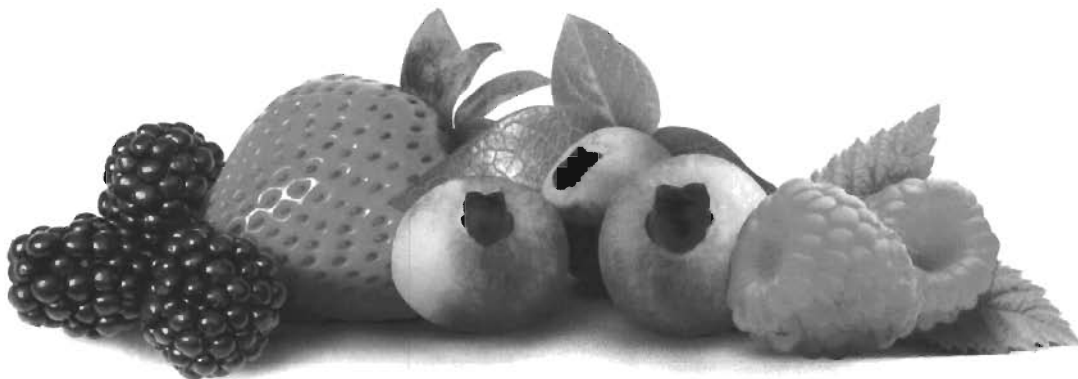


c) Maduración de las plantaciones actuales:

De las 1.130 hectáreas que posee la compañía, un 100% de ellas están plantadas. De dichas hectáreas plantadas, las plantaciones aun se encuentran en plena etapa de crecimiento, lo que indica que los volúmenes de producción propia van a aumentar significativamente en el tiempo, sólo por la maduración de plantaciones existentes. Las plantaciones de arándano de Hortifrut en Chile están en una etapa de maduración intermedia, entre los años cuarto y quinto. La planta de arándano alcanza su plena producción en el año 8 y luego mantiene un rendimiento estable sin mayor crecimiento.



Nuevo mercado: La entrada de los berries al food-service y snacks.



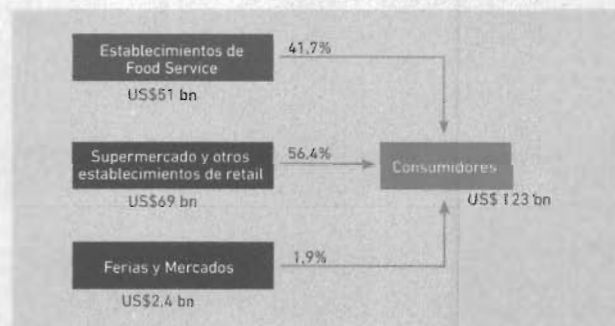
4.4. Food-service: apertura de un mercado de gran tamaño

Dentro del mercado norteamericano, caracterizado por su alto consumo de berries, los consumidores realizan cerca del 60% de sus compras de frutas y verduras a través de los supermercados u otros locales del retail, mientras que el restante 40% las hacen en establecimientos de food-service (compuesto principalmente por cadenas de comida rápida, restaurantes, hoteles y *convenience stores*). Sin embargo, en el caso de los berries, las ventas a través de este canal representan menos el 5% del total de ventas.

Tras más de ocho años de investigación y desarrollo en la categoría Ready to Eat, desde Mayo de 2012 Hortifrut y sus socios son los proveedores de arándanos frescos Ready to Eat para los 14.000 restaurantes de McDonald's en Estados Unidos.

Esta innovación tecnológica única permitió a la compañía atraer el interés del ícono mundial de la categoría food-service marcando un importante hito no sólo para Hortifrut sino que para toda la industria de berries, ya que representa el primer paso del ingreso de los berries como producto Ready to Eat al canal food-service.

Ventas de frutas y verduras frescas (US\$ billones 2010)



Nuevos productos Ready to Eat para food-service y snacks



FUENTE: Compilaciones de Cornell y UC Davis basados en US Census ERS/USDA NASS/USDA y otros datos. Estimación preliminar de 2010

Hortifrut junto con el resto de la industria enfrentan el gran desafío de capturar en forma masiva el segmento food-service. En ese sentido, la compañía se encuentra en una posición de alta ventaja competitiva para atacar dicho mercado, dado que ya ha desarrollado y puesto en marcha la tecnología adecuada, el empaque y logística para atender este segmento, duplicando el tamaño del mercado de berries a nivel mundial.



4.5. Exitoso modelo de negocios integrado

El modelo de negocios de Hortifrut le ha permitido integrar sus operaciones a través de toda la cadena de valor, con especial énfasis en la comercialización. La ausencia de intermediarios permite a la compañía una ventaja de costos, obtener márgenes en la cadena, ejercer control sobre los distintos procesos y lograr una adecuada trazabilidad de sus productos, desde la producción hasta el consumidor.

La producción propia se realiza a través de plantaciones localizadas en Chile, México y España. Si bien un 28% de los kilos que distribuye Hortifrut provienen de plantaciones propias, el negocio de producción posee una gran importancia estratégica para Hortifrut, porque entre otras ventajas, le permite contar con un volumen seguro para atender los requerimientos de sus clientes, desarrollar mercados de nichos,

En cuanto a comercialización, Naturipe Farms creada y formada por Hortifrut, junto con sus socios Michigan Blueberry Growers Association, Naturipe Berry Growers y Mungers Farms, son las creadoras y dueñas de Naturipe Farms, es el N°1 en el mundo de arándanos y el 2do mayor distribuidor de berries a nivel mundial. Naturipe Farms es la encargada de recibir los volúmenes, tanto de las exportaciones de Hortifrut como de varios otros exportadores y productores, para luego venderlos a grandes cadenas de retail y food-services en Estados Unidos, el mayor mercado mundial de berries.

Actividades Cadena de Valor Hortifrut (Integración Vertical)



FUENTE: Hortifrut

Trazabilidad del producto en toda la cadena



Hortifrut, gracias a su programa de desarrollo en SAP es capaz de seguir sus productos desde el desarrollo varietal hasta su distribución, permitiéndole administrar, medir y flexibilizar toda la cadena.

como el orgánico, aprovechar de forma eficiente las oportunidades de colocar su producción en periodos de escasa oferta y precios altos, y ejercer control sobre la calidad de la fruta.

A su vez en Europa, en asociación con Atlantic Blue – el mayor productor de arándanos de España – Hortifrut creó Euroberry Marketing, empresa líder en la comercialización y logística para abastecer a 115 clientes todo el año repartidos por todo el continente con sus marcas Southern Sun y Berry Collection.

Como complemento de su negocio de producción y comercialización, Hortifrut posee un programa líder en el mundo en desarrollo varietal y genético en frambuesas, moras y arándanos a través de dos compañías propias: Pacific Berry y Berry Blue.

La integración es la clave del negocio. A través de su genética, producción, red logística, plataformas comerciales y marcas propias, Hortifrut es capaz de abastecer al mercado todos los días con fruta fresca.

Esto es lo que la hace diferente.

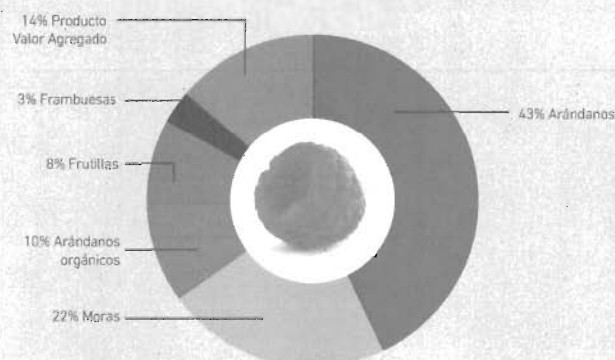
4.6. Diversificación

La diversificación, dado el modelo de negocio y el compromiso de llegar todos los días del año con berries frescos, es clave en esta industria y Hortifrut así lo ha entendido, consolidando una resguardada posición de forma exitosa basada en 5 pilares fundamentales:

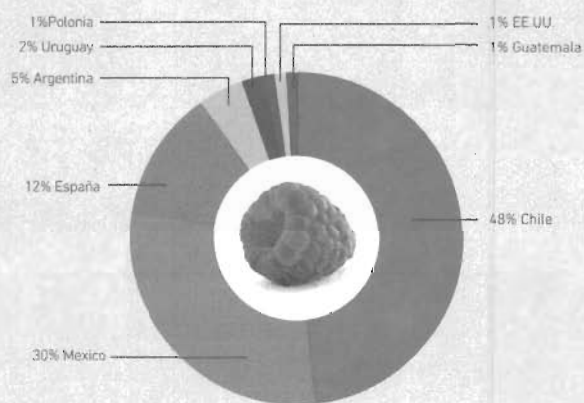
1. Diversificación por tipo de producto.

Hortifrut produce y comercializa frutillas, frambuesas, moras y arándanos, diversificando su oferta de productos dentro de la categoría, llegando al cliente con un portafolio completo a precios atractivos.

Distribución volumen Hortifrut año 2011



Diversificación por origen de producción (kilos)

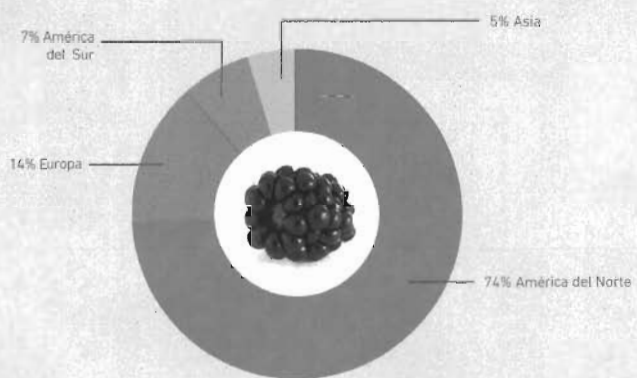


FUENTE: Hortifrut

2. Diversificación por origen de producción.

Hortifrut comercializa fruta de producción propia y de más de 700 productores desde Chile, México, España, Argentina, Uruguay, Guatemala, EE.UU., Marruecos y Polonia, por lo que es capaz de entregar berries desde ambos hemisferios las 52 semanas del año y aportando fruta en contra-estación generando alto valor dentro de la industria.

Diversificación por origen demanda (ventas en US\$ 1T 2012)



FUENTE: Hortifrut

3. Diversificación de demanda.

El proceso de comercialización se realiza a través de filiales con socios estratégicos en los más importantes centros de consumo mundial, particularmente en el hemisferio norte, tales como EE.UU., Europa, Asia y además en Brasil y Chile en el hemisferio sur.



4. Diversificación de clientes.

Hortifrut comercializa la fruta atendiendo a más de 400 clientes en distintos mercados de destino, teniendo como clientes a las principales cadenas de supermercados y retailers de Norteamérica, Latinoamérica, Asia y Europa.

Principales clientes de Hortifrut

Norteamérica	Europa	Países Emergentes
		
		
		
		
		
		

Esta estrategia de diversificación ha sido un pilar fundamental del éxito de la Compañía



5. Diversificación por unidades de negocio

Hortifrut posee una generación de flujo balanceada en sus tres principales unidades de negocio: i) genética y producción, ii) exportación y iii) comercialización, lo que permite generar sinergias entre ellas y a la vez reducir riesgos.

Centros productivos, captación de fruta y centros de distribución.



FUENTE: Hortifrut.

■ Centros de producción / captación de fruta:

- Chile
- Argentina
- Uruguay
- Brasil
- Guatemala
- México
- USA
- Canadá
- España
- Portugal
- Marruecos
- Polonia

● Centros de distribución:

- Chile:**
 - Antofagasta
 - La Serena
 - Viña del Mar
 - Santiago
 - Concepción
- Brasil:**
 - Rio de Janeiro
 - Sao Paulo
 - Minas Gerais
- España:**
 - Huelva
- Holanda:**
 - Rotterdam
- Polonia**
 - Varsovia
- China:**
 - Hong Kong
- Canadá:**
 - British Columbia
- USA:**
 - Washington
 - Oregon
 - California
 - Texas
 - Arkansas
 - Louisiana
 - Mississippi
 - Georgia
 - Florida
 - North Carolina
 - Indiana
 - Michigan
 - Wisconsin
 - New Jersey
 - Pennsylvania

4.7. Experiencia

La experiencia ha sido uno de los factores claves del éxito de Hortifrut. Los fundadores de la compañía, pioneros de la industria en Chile, fueron los primeros en exportar berries frescos a Estados Unidos y, un año después, los primeros también en enviar estos frutos a Europa, replicando exitosamente este modelo en México, Guatemala y España.

La compañía ha desarrollado un modelo de negocios exitoso por cerca de treinta años y hoy en día es una de las principales productoras y comercializadoras de berries del mundo, teniendo como aliados a los mejores productores del hemisferio norte y sur, modelo que le ha permitido cumplir el sueño de sus fundadores: Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los Días.

Toda la experiencia del negocio se ha capitalizado a través de sus reconocidas marcas, desarrolladas en conjunto con sus asociados y filiales, algunas con casi 100 años en el mercado:

- Naturipe Farms: segundo mayor distribuidor de Berries a nivel mundial con su marca Naturipe® y el primero en el mundo de arándanos, con ventas sobre los US\$500 millones, que representan cerca de 114 millones de kilos comercializados.
- Euroberry: vende y distribuye berries a través de la marca Southern Sun en todos los países de Europa continental, además de Inglaterra e Irlanda.

Marcas de Hortifrut y sus asociados.



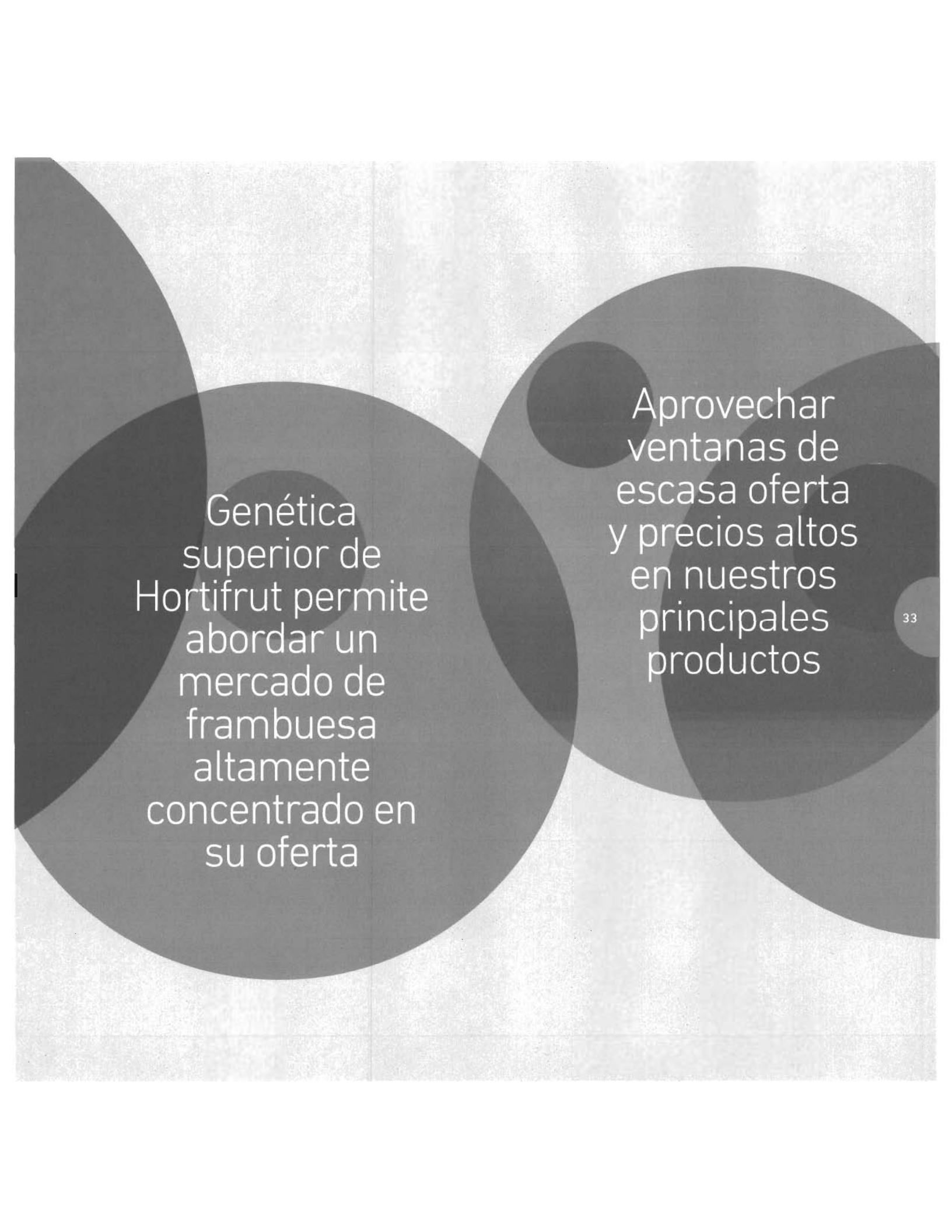
FUENTE: Hortifrut.

Hortifrut junto a sus filiales Naturipe Farms, Euroberry, Naturipe Foods, Asian Berry y BerryGood comercializaron más de 128.000 toneladas de berries frescos en los principales mercados del mundo, durante el año 2011, cifra que representa cerca del doble del total de exportaciones chilenas de berries.

**Oportunidades
de Crecimiento**

Reciente
apertura del
food-service
y snacks en la
industria de los
berries (RTE)

Creciente
consumo per
cápita de berries
en atractivos
mercados en el
mundo



Genética superior de Hortifrut permite abordar un mercado de frambuesa altamente concentrado en su oferta

Aprovechar ventanas de escasa oferta y precios altos en nuestros principales productos



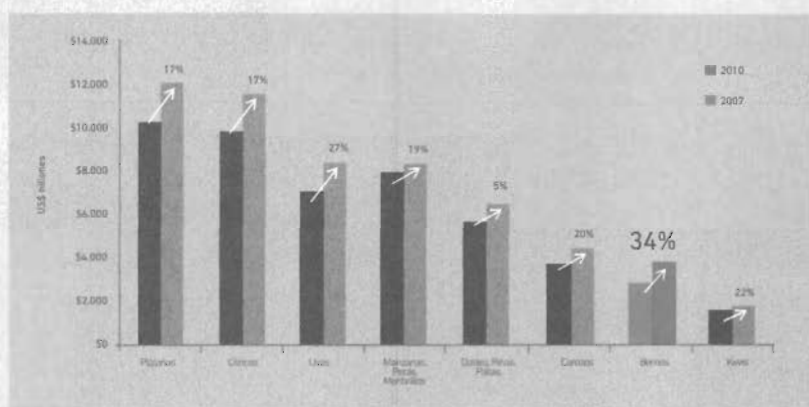
5. Descripción de la Industria

5.1. El producto berries en la industria de la fruta

El mercado mundial de fruta fresca, medido según importaciones, es del orden de US\$ 75.000 millones¹ anuales, registrando un crecimiento de 18% en el período 2007 - 2010.

Las frutas líderes en este mercado son el plátano, con un 16,2% de participación, los cítricos (15,4%), los frutos de nuez (13,0%), la uva (11,2%) y la manzana (11,1%).

Tamaño industria frutícola y crecimiento 2007-2010 según importaciones



FUENTE: UN Comtrade 2010

Sólo en el período 2007 – 2010 la importación de berries creció en un 34%, liderando el crecimiento entre todas las frutas frescas a nivel mundial.

Los berries se ubican en el séptimo lugar de la lista, con un valor de importaciones de US\$ 3.808 millones al año, equivalente a un 5,1% de participación del total.

En la última década, el mercado mundial de berries ha experimentado un acelerado crecimiento en términos de consumo.

¹ Según base de datos estadísticos de comercio internacional de las Naciones Unidas (UN Comtrade) medido por importaciones mundiales valoradas, sin considerar producción interna.



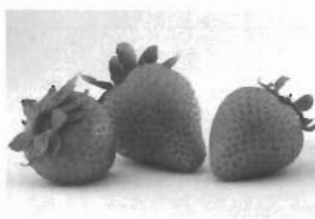
Los principales Berries comercializados a nivel mundial son cuatro:

Arándano:

Fruto rico en antioxidantes, de agradable sabor, de intenso color azul y originario de Estados Unidos. El arándano nace de un racimo, es de color blanco al principio y a medida que va madurando se torna cada vez más rojizo, para convertirse en azul cuando está completamente maduro. De preferencia es consumido en forma fresca pero además dado que es un fruto de sabor dulce es también utilizado en más de cien productos en los supermercados como mermeladas, jaleas, pasteles y diversos otros platos dulces.

Frambuesa:

Originaria del Asia Menor y América del Norte es un fruto de agradable sabor, intenso color rojo y textura aterciopelada, de sabor fuerte y dulce, que fructifica a finales de verano o principios de otoño. Esta fruta del bosque es parecida a la zarzamora pero más pequeña y blanda.



Frutilla:

Fruto dulce de forma cónica de la cual se cuentan más de 2.000 variedades en el mundo. Es de tamaño pequeño, de forma redondeada o cónica, de color rojo brillante y sus semillas están en la piel exterior en lugar del interior del berry. Su pulpa es mantecosa, de sabor dulce y aroma intenso.

Mora:

Fruto que crece en arbustos de la familia de las rosáceas, de la cual se cuentan más de 2.000 variedades en el mundo. El color de la mora varía desde el blanco con un tanto de verde, pasando por rojo, llegando finalmente al negro o púrpura oscuro. Las moras contienen alta cantidad de minerales y vitaminas.

5.2. Industria mundial de berries

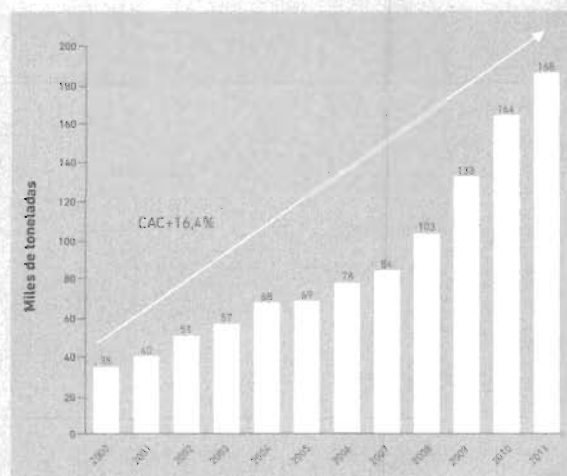
La industria de berries se concentra principalmente en los mercados de mayor consumo de frutas a nivel mundial. Estos son Norteamérica², Europa y los principales mercados emergentes como Brasil, Japón, Corea del Sur, China³, México y Singapur.

Hortifrut estima que el mercado mundial de berries es del orden de US\$ 10.000 millones⁴.

5.2.1. Norteamérica⁵

Norteamérica es el mercado de mayor tamaño en la industria de los berries. En este mercado, el consumo total de las cuatro categorías más relevantes de berries alcanzó 1.141.000 toneladas el 2011, de las cuales el 72% correspondió a frutillas, con un crecimiento importante de un 5,5% compuesto anual durante el período 2000-2011.

Evolución del consumo de arándanos frescos en Norteamérica.



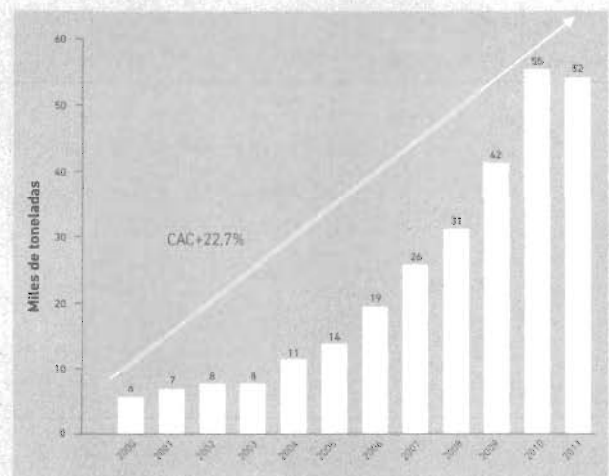
FUENTE: U.S. Department of Agriculture

Dejando de lado la frutilla, que muestra un crecimiento más estable dado que es una variedad en régimen maduro en Norteamérica, el resto de la categoría berries ha aumentado en 17,0% anual en dicho período.

Para el caso particular de los arándanos, su consumo en los últimos 11 años ha aumentado a una tasa anual compuesta de 16.4%.

Para el caso de las moras, el crecimiento anual compuesto de los últimos 11 años en el mundo fue de 22.7%.

Evolución del consumo de moras frescas en Norteamérica.



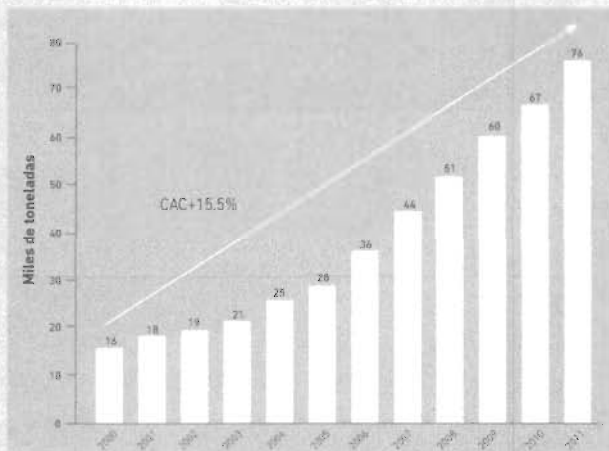
FUENTE: U.S. Department of Agriculture

² Norteamérica incluye solo Estados Unidos y Canadá.
Principalmente Hong Kong.
Considerando importaciones y producción a nivel local.
Arándanos, frutillas, framboesas y moras.



Las frambuesas también han experimentado un fuerte crecimiento, alcanzando una tasa anual compuesta de 15,5% los últimos 11 años.

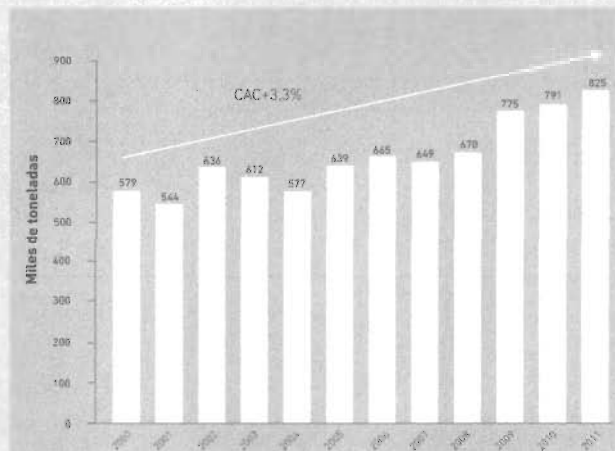
Evolución del consumo de frambuesas frescas en Norteamérica.



FUENTE: U.S. Department of Agriculture

Por último, la frutilla ha experimentado un crecimiento de 3,3%. Su menor crecimiento respecto a los demás berries se debe a que la base de comparación es muy alta, debido a que su volumen ya había experimentado un fuerte crecimiento en la década de los 90, alcanzando una fase de madurez. Su alto consumo se explica en parte por su facilidad para ser producido localmente durante todo el año.

Evolución del consumo de frutillas frescas en Norteamérica.



FUENTE: U.S. Department of Agriculture

El mercado norteamericano satisface gran parte de su consumo con producción interna e importaciones provenientes principalmente de Chile, México y Argentina.

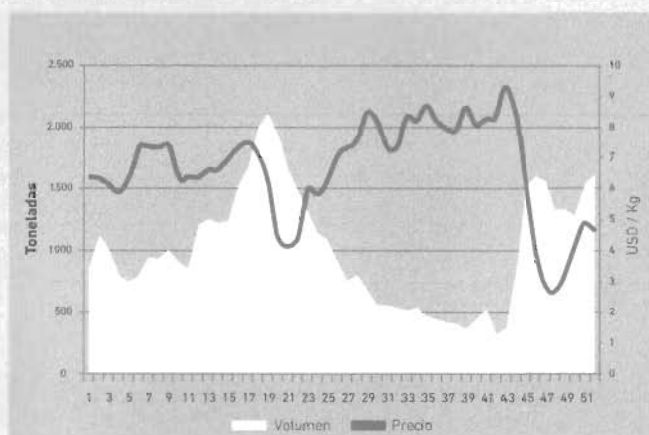
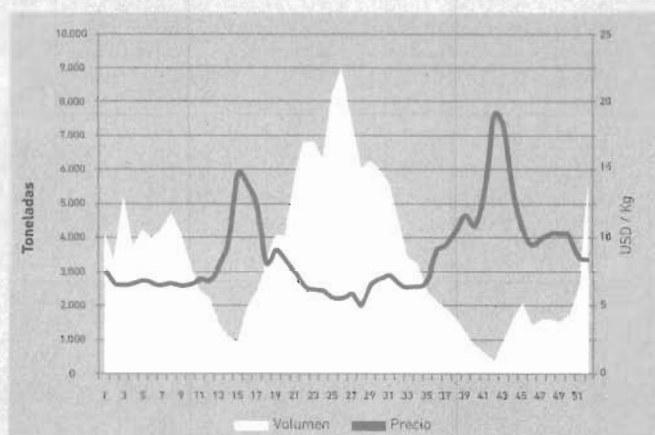
* Nortul tiene centros exportadores en estos lugares:

En el hemisferio norte, la producción interna se genera en los meses de verano y gran parte de las importaciones provenientes del hemisferio sur se llevan a cabo en invierno. Esto último genera curvas de precio y volumen atractivas para un productor global como Hortifrut, quien logra aprovechar ventajas de las caídas en volumen en las épocas entre abril-mayo y también en octubre-noviembre. Los gráficos a continuación muestran el comportamiento de los volúmenes y precios de los cuatro berries consumidos en Norteamérica.



Volumen y precio semanal 2011 de arándanos en Norteamérica.

Volumen y precio semanal 2011 de moras en Norteamérica.



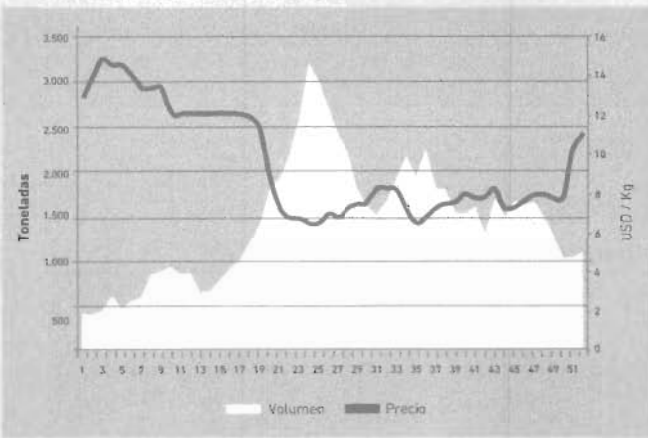
FUENTE: U.S. Department of Agriculture.

Fuente: U.S. Department of Agriculture.



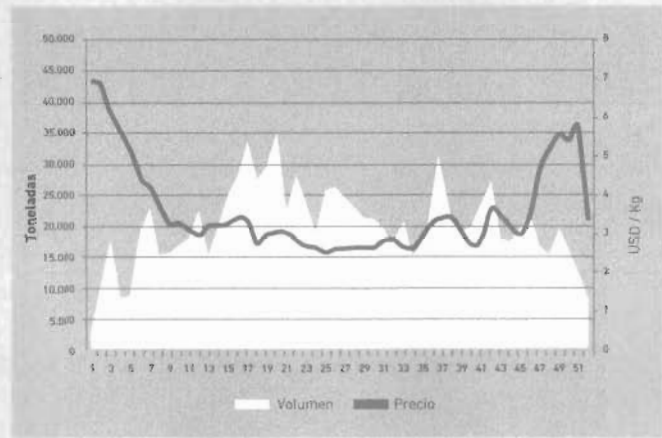


Volumen y precio semanal 2011 de frambuesas en Norteamérica.



FUENTE: U.S. Department of Agriculture

Volumen y precio semanal 2011 de frutillas en Norteamérica.



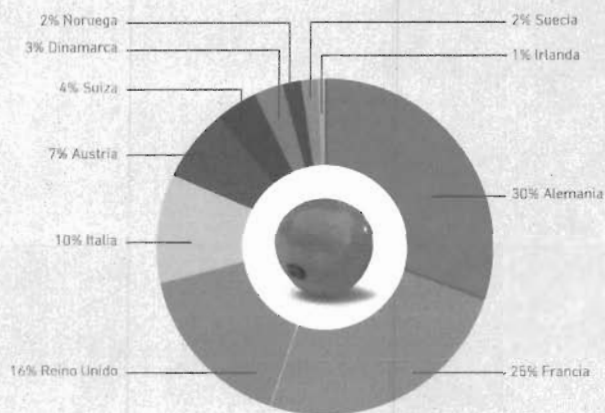
FUENTE: U.S. Department of Agriculture



5.2.2. Europa

En Europa, el consumo de berries está localizado principalmente en diez países, los cuales concentran casi la totalidad de las importaciones: Alemania, Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Suecia, Suiza y Reino Unido, quienes representan más del 95% del total.

Distribución de volumen importado de berries entre los 10 primeros importadores de Europa.



FUENTE: UN Comtrade

En 2010, el mercado europeo importó cerca de 420.000 toneladas de berries, con un crecimiento anual compuesto para el periodo 2002-2010 de un 1.1%⁷. Sin embargo, al aislar la frutilla, el crecimiento anual compuesto de las importaciones y el precio fue de 6.4% y 13.2% respectivamente.

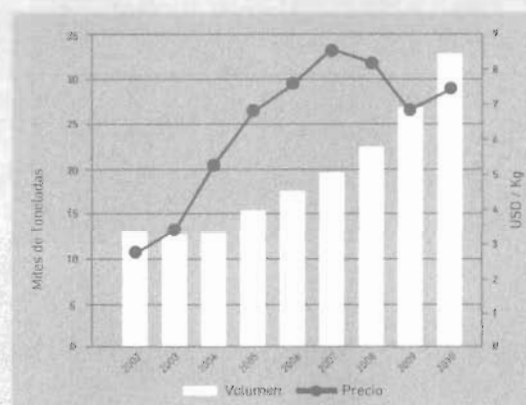
Para el caso específico de los arándanos, las importaciones en Europa han aumentado a una tasa de 12% anual compuesta, llegando a casi 33.000 toneladas. Considerando la producción local, el consumo en Europa llega a un poco más de 41.000 toneladas⁸, lo que representa un 25.1% de lo que se consume en Norteamérica.

Por su parte, el precio del arándano ha aumentado a una tasa anual compuesta de 13.5%, a pesar de que en los últimos años se vio levemente afectado por la crisis económica mundial y el debilitamiento del euro frente al dólar.

⁷ Fuente: UN Comtrade

⁸ Según estadísticas de producción informadas por Highbush Blueberry Council a 2010

Evolución de Importaciones y precios de arándanos frescos en Europa.

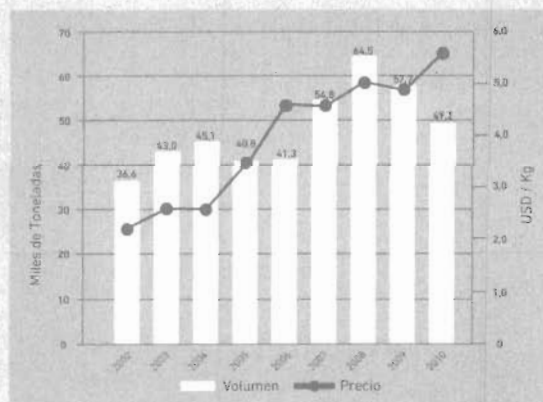


Fuente: UN Comtrade. Importaciones de Alemania, Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Suecia, Suiza y Reino Unido.



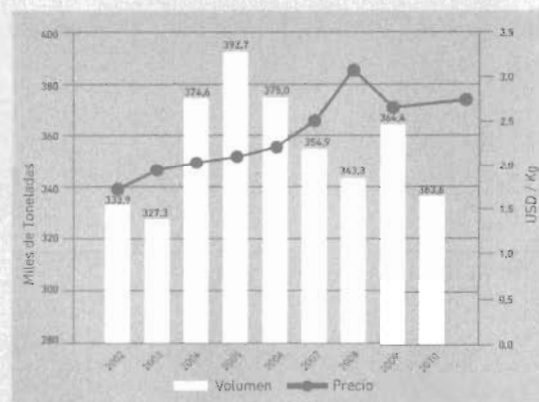
En los últimos 8 años, la tasa de crecimiento anual compuesto de la producción de frutilla en Europa ha sido de 0,1%. Actualmente se importan cerca de 337.000 toneladas. Si se suma la producción local a esto último, la cifra de consumo llega a casi 797.000 toneladas en el 2010⁹, representando un 96% de lo que se consume en Norteamérica.

Evolución de importaciones y precios de frambuesas frescas en Europa.



Fuente: UN Comtrade, importaciones de Alemania, Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Suecia, Suiza y Reino Unido.

Evolución de importaciones y precios de frutillas frescas en Europa.



FUENTE: UN Comtrade, importaciones de Alemania, Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Noruega, Suecia, Suiza, UK y exportaciones de Marruecos.

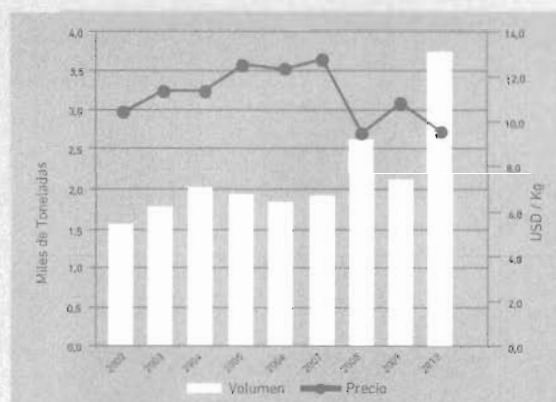
5.2.3. Nuevos Mercados de Consumo

Dentro de estos nuevos mercados, los países que concentran el mayor consumo de berries son Brasil, China, Hong Kong, Japón y Singapur. Estos mercados, que en términos relativos con Norteamérica y Europa están en una etapa de desarrollo muy incipiente, y juntos representan menos del 2% del mercado norteamericano.

Durante el año 2010, estos países importaron en total más de 16.000 toneladas, representando un crecimiento compuesto anual de 4,6% para el periodo 2002-2010. Si se considera también la producción local que no se exporta, el consumo implícito de la región fue de aproximadamente 20.000 toneladas.



Evolución de importaciones y precios de arándanos frescos en Nuevos Mercados de Consumo.



Entre 2002 y 2010, el volumen de arándanos frescos ha crecido a una tasa anual compuesta de 11,5%, superando las 3.700 toneladas en 2010. Si se considera la producción interna¹⁹ para dicho año, esta cifra llega a poco más de 7.800 toneladas, lo que representa un 18,6% del consumo de Europa y un 4,7% del consumo de Norteamérica.

FUENTE: UN Comtrade, importaciones de Brasil, China, Hong Kong, Japón y Singapur.

El volumen de frambuesas frescas ha crecido a una tasa anual compuesta de 6,8% para el mismo periodo, alcanzando más de 1.800 toneladas. Esto representa 3,8% del consumo de Europa y un 2,8% del consumo de Norteamérica.

En estos mercados, el volumen de frutillas frescas ha crecido a una tasa anual compuesta de 2,6%, alcanzando casi 10.500 toneladas. Esto representa 1,31% del consumo de Europa y un 1,27% del consumo de Norteamérica.

¹⁹ Según estadísticas informadas por la FAO para 2010.
²⁰ Informada por Highbush Blueberry Clusters.



5.2.4. Actores Relevantes en la Industria Mundial

El mercado mundial de berries está compuesto por varios actores, concentrados principalmente en Estados Unidos, dado el desarrollo que éste ha alcanzado en los últimos años. Las empresas más relevantes de esta región son a su vez líderes en su categoría a nivel mundial, dado los bajos niveles de desarrollo y consumo de otros mercados como el europeo o mercados emergentes.

En Norteamérica existen seis actores relevantes: Driscoll's, Naturipe Farms (filial de Hortifrut), Sunny Ridge¹¹, Sunbelle, Well-Pict y Cal Giant.

Análisis de los actores relevantes del mercado en Estados Unidos (últimos 12 meses a marzo 2012).

Participación relativa	Arándanos	Mora	Frutillas	Frambuesas
Naturipe Farms	100,0	81,3	38,6	3,3
Competidor A	45,5	100,0	100,0	100,0
Competidor B	45,5	56,3	38,6	
Competidor C	22,7	93,8		
Competidor D	13,6			
Competidor E		18,8	29,5	
Competidor F		18,8		
Competidor G			47,7	4,4

FUENTE: Estimación Naturipe Farms

5.2.5. Participación relativa y evolución de la competencia

Hortifrut es líder en envíos de berries desde Chile a dos de los mercados más relevantes en que la compañía opera: Norteamérica¹² y Europa. Específicamente, en los envíos de arándanos hacia Estados Unidos desde Chile, Hortifrut es el líder indiscutido del mercado, con una participación de 19,8%. En el caso de las moras, Hortifrut representó el 2011 un 12,6% de las moras importadas.

Volumen de arándanos importado a Estados Unidos desde Chile.

Importador (tonel)	T07-08	T08-09	T09-10	T10-11	T11-12
1 Hortifrut / Naturipe Farms (USA y CA)	5.325	6.948	6.944	9.140	10.916
2 Sunnyridge Farm Inc.	1.876	3.109	4.297	6.278	5.820
3 Berry Fresh Produce LLC (Ex Triton)	1.383	3.160	4.303	5.684	4.756
4 Sun Belle Inc.	2.023	2.956	2.758	4.367	4.891
5 Driscoll Strawberry	3.927	4.556	2.954	5.375	2.957
Otros	9.340	14.376	19.962	28.379	25.834
Total	23.874	35.106	41.217	59.222	55.174

FUENTE: Asoex temporada 2011-2012 hasta el 01 de junio

¹¹ Signa una compañía de Chile

¹² Norteamérica incluye Estados Unidos y Canadá.

Naturipe Farms (Hortifrut) es N°1 del mundo en arándanos.



En Europa, Hortifrut se ubica en el segundo lugar como comercializador, con un 14,0% de participación. Si sólo se considera Europa Continental¹³, Hortifrut es N°1 con una participación de mercado de 24%.

Volumen de arándanos importado a Europa desde Chile

Importador (tons)	T07-08	T08-09	T09-10	T10-11	T11-12
1 Berry World	1.886	1.468	2.076	1.716	1.699
2 Hortifrut / Euroberry	873	1.146	1.176	1.200	1.578
3 ASF Holland BV	0	0	0	312	1.058
4 Total World Fresh	0	0	0	659	742
5 Berry Gardens Ltd.	300	218	531	624	619
Otros	2.427	2.415	3.342	4.062	5.638
Total	5.487	5.246	7.126	8.574	11.334

FUENTE: Asoex temporada 2011- 2012 hasta el 01 de junio.



45

¹³ Sin considerar Reino Unido.





6. Descripción de la Compañía

6.1. Historia de la Compañía

	1980	Miembro fundador de la compañía inicia las importaciones de material genético de berries a Chile
	1983	Hortifrut comienza operaciones en Chile
	1984	Hortifrut se convierte en la primera empresa chilena en exportar berries a Estados Unidos en contraestación
	1985	Hortifrut inaugura oficina de distribución y comercialización en Estados Unidos
	1986	Primera exportación de berries desde Chile a Europa bajo su marca Southern Sun
	1986	Cultivo de berries se expande a moras, arándanos, frambuesas y zarzaparrillas
	1987	Primera exportación de berries a Asia desde Chile
	1988	Hortifrut concreta primera alianza estratégica al asociarse a la empresa californiana Coastal Berries
	1989	Hortifrut define su modelo de negocio: integración vertical y oferta durante las 52 semanas del año
	1990	Hortifrut invita a los mayores productores de berries de EE.UU. y adquieren la marca Naturipe® y forman Naturipe Farms
	1995	Creación de filiales exportadoras y productoras en México y Guatemala
	1999	Se crea Hortifrut Argentina
	2000	Junto al mayor productor de arándanos en España crean Hortifrut España
	2001	Inicia del programa de desarrollo genético en arándanos, frambuesas y moras
	2004	Hortifrut y Atlantic Blue crean Euroberry, encargada de la distribución y comercialización en Europa
	2007	Presidente de la compañía recibe el Premio ICARE a empresario del año
	2008	Hortifrut se convierte en el productor de arándanos orgánicos más grande del mundo
	2008	Premio Marketer of the Year (PMA Produce Marketing Association USA)
	2008	Apertura de oficina de distribución en Brasil. Implementación de sistema SAP
	2010	Se da inicio a programa de Ready to Eat
	2011	Hortifrut y su socio Munger reciben prestigioso premio a la innovación del producto RTE en el PMA USA
	2011	Ventas alcanzan US\$ 180 millones y berries comercializados suman más de 27 millones de kilos
	2012	Se sella acuerdo McDonald's para abastecer a sus 14 mil locales en EE.UU. de arándanos Ready to Eat



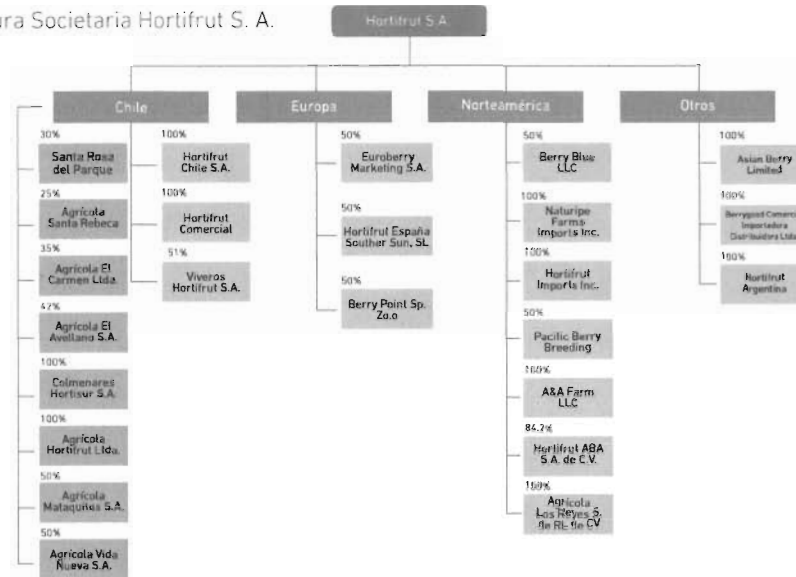


6.2. Administración

Gerente General	: Moller O., Alberto Nicolás 9 años en la compañía
Gerente de Administración y Finanzas	: Larraín L., Ricardo 7 años en la compañía
Gerente Agrícola	: Soffia M., Ramiro 8 años en la compañía
Gerente Comercial	: Echeñique B., María Elena 16 años en la compañía
Gerente de Planificación y Control	: Correa B., Sebastián Jaime 5 años en la compañía
Gerente de Contabilidad	: Brevis C., Wilfredo Iván 5 años en la compañía
Gerente de Producción	: Heusser R., Cristián Ernesto 6 años en la compañía
Gerente de Producción y Desarrollo Varietal	: Bañados O., Pilar 5 años en la compañía
Abogado	: Pierret O., Gloria 5 años en la compañía



6.3. Estructura Societaria Hortifrut S. A.



6.4. Etapas del negocio y cadena de valor

Actividades Cadena de Valor Hortifrut (Integración Vertical)



FUENTE: Hortifrut

7razabilidad del producto en toda la cadena

El modelo de negocios de Hortifrut se basa en la integración de sus actividades de producción de sus productos en SAP, lo que le permite seguir sus productos desde el desarrollo varietal hasta su distribución, permitiéndole administrar, medir y flexibilizar toda la cadena.



El modelo de negocios de Hortifrut se basa en la integración de sus operaciones a través de toda la cadena de valor, poniendo especial énfasis en los dos extremos de esta cadena: la genética y la comercialización al cliente final. La genética se sustenta principalmente en un riguroso programa, líder en el mundo, el cual le permite a Hortifrut construir una importante barrera de entrada para la competencia y aumentar significativamente la productividad y temporalidad de la fruta. En cuanto a la comercialización, la ausencia de intermediarios representa una gran ventaja para la compañía, ya que le permite lograr eficiencia en su estructura logística, obtener mejores márgenes en la cadena, ejercer control sobre los distintos procesos y lograr una adecuada trazabilidad de sus productos.

La compañía matriz Hortifrut S.A. consolida distintos vehículos comerciales en varios países del mundo donde la sociedad está presente de manera de operar de forma eficiente su negocio productivo, exportador y comercial.

Todas estas empresas están conectadas a través de SAP lo que permite lograr un estándar operacional de primer nivel a través de todas las operaciones de la Sociedad en todo el mundo.

Las diversas empresas que operan a través de toda la cadena de valor se pueden clasificar de la siguiente manera:

Matriz: Hortifrut S.A.

● **Desarrollo Genético:**

Hortifrut North América Inc. dueña del 50% de Berry Blue LLC y Pacific Berry Breeding

● **Viveros:**

Viveros Hortifrut Chile S.A.

● **Producción:**

Chile: 8 distintas sociedades agrícolas
México: Agrícola Los Reyes y Hortifrut ABA
España: Hortifrut España Southern Sun, SL

● **Exportación:**

Chile: Hortifrut Chile S.A.
México: Hortifrut México S.A. de C.V.
Argentina: Hortifrut Argentina S.A.

● **Importación y Distribución:**

Chile: Hortifrut Comercial S.A.
EE.UU.: Naturipe Farms
EE.UU.: Hortifrut Imports Inc.
Europa: Euroberry Marketing
Brasil: Berrygood Comercial

6.5. Programa genético líder en el mundo

Las inversiones en el desarrollo de nuevas variedades y tecnologías ha sido un elemento decisivo para el éxito sostenido en el negocio de comercialización de berries. El fuerte énfasis que Hortifrut ha puesto en su programa de selección genética, le ha permitido conseguir el objetivo principal de atender a sus mercados en periodos de escasa oferta y precios altos, además de mantener un alto estándar de calidad en sus productos, penetrar en nuevas zonas de cultivos y mejorar la productividad de sus plantaciones.

Es así como en 2005, Hortifrut se asoció con los principales productores de Berries de EE.UU. para desarrollar dos programas propios de mejoramiento genético (denominados "PMG").

El PMG en arándanos se llama Berry Blue LLC, desarrollo conjunto entre Hortifrut y Michigan Blueberry Growers (ambos con un 50% de propiedad) y es hoy día el mayor programa de mejoramiento de arándanos del mundo, con estaciones de pruebas y evaluación en EE.UU., Chile y México, lo que le permite acelerar la velocidad de evaluación. A la fecha, Berry Blue ha identificado siete selecciones sobresalientes en Chile y más de 20 en EE.UU. de las cuales se esperan obtener nuevas variedades propias dentro de los próximos tres años. Además, durante 2010 Hortifrut, gracias a su acuerdo para la producción exclusiva de variedades de arándanos del grupo español Royal Berries, ha propagado y plantado este material en Chile y México. Estas variedades son de la más alta calidad y productividad, destacando las variedades 'Rocio' y 'Corona', las que abren grandes oportunidades para la producción de fruta temprana de excelente calidad tanto en el cono sur como en México.

En frambuesas, Hortifrut tiene un PMG (llamado Pacific Berry Breeding desarrollado en conjunto con Naturipe Berry Growers (ambos con un 50% de propiedad), el cual se encuentra ubicado físicamente en California, EE.UU.

En el año 2008 este programa liberó sus primeras dos variedades 'Pacific Deluxe' y 'Pacific Royale', las cuales se están plantando a nivel comercial en California, y han sido incorporadas al programa de evaluación en México. Durante 2010 se realizaron las primeras plantaciones comerciales con productores de la Naturipe Berry Growers de California, y sus frutos fueron de alta calidad y muy bien evaluados por Naturipe Farms. Además, durante este año Hortifrut evaluó en México un grupo de nuevas selecciones de Pacific Berry Breeding donde destacó una en particular, la que se encuentra actualmente en proceso de patentamiento en EE.UU. con el nombre de 'Pacific Majesty', ya probadas comercialmente.

Junto con estos programas de mejoramiento, Hortifrut estableció un convenio con la Universidad de Arkansas para establecer un programa de selección de moras, el cual ya ha dado interesantes resultados: se han identificando selecciones premium de moras, de las cuales 6 son remontantes con características sobresalientes de fruta, firmes, de muy buen sabor y calidad post-cosecha que permitirán a Hortifrut contar a partir de 2012 con un producto único para su mercado local en Chile y de exportación desde México, extendiendo su temporada de producción.





6.6. Plantaciones propias y estacionalidad

Entre terrenos propios y arrendados a terceros, Hortifrut cuenta con un total de 1.130 hectáreas disponibles para el cultivo de Berries. Del total de terreno plantado, un 74% se encuentra en etapa productiva y el resto está plantado pero no todavía en producción máxima, asegurando de esta forma la holgura productiva necesaria para crecer en forma sostenida durante las próximas temporadas.

Sus plantaciones están ubicadas en Chile, México y España. Dicha dispersión geográfica, en conjunto con las asociaciones que posee en el hemisferio norte, permite a la Sociedad disponer de una oferta continua de todos los berries durante las 52 semanas del año.

Del total de hectáreas plantadas, el cultivo de arándanos, tanto tradicional como orgánico, ocupa un 84% de la superficie. Las restantes hectáreas se distribuyen entre frutillas (6%), frambuesas (6%), y moras (3%).

Distribución Hectáreas Hortifrut.

Superficie (has.)	Chile	México	España	Total
Arándanos	303	152	149	604
Arándanos Orgánicos	348	0	0	348
Frambuesas	0	68	2	70
Moras	0	36	1	37
Frutillas	71	0	0	71
Total Hectáreas	722	256	152	1.130
Hás. Plantadas Productivas	602	102	127	831
Hás. Plantadas No Productivas	120	154	25	299

FUENTE: Hortifrut

Las zonas productivas también permiten mayor cercanía con los centros de consumo. Este es el caso de las plantaciones ubicadas en México, que abastecen al principal consumidor de Berries del mundo, así como nuestras plantaciones en España, capaces de abastecer una parte del mercado europeo. Chile aporta la producción de contra-estación para dichos mercados, lo cual se complementa con productores terceros en Chile, Argentina, Uruguay y Guatemala.

Períodos de Producción de Berries de Hortifrut.

Períodos de Producción de Arándanos												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic
Argentina												
Chile	•	•	•								•	•
Uruguay												
España												
Polonia												
USA				•	•	•	•	•	•	•		

Períodos de Producción de Moras												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic
Chile	•	•	•									•
Guatemala												
México												
España												
USA												

Períodos de Producción de Frambuesas												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic
Argentina												
Chile	•	•	•	•							•	•
México												
España												
USA												

Períodos de Producción de Fritillas												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov	Dic
Chile												
España												
USA												

○ También producción orgánica

FUENTE Hortifrut





6.7. Alianzas Estratégicas

El modelo de negocios de Hortifrut está basado en alianzas estratégicas, uniendo a los mejores del hemisferio sur con los mejores del hemisferio norte, con el objetivo de contar con abastecimiento durante todo el año.

En Estados Unidos, a través de su filial Hortifrut Imports Inc., la compañía se asoció con dos de los mayores productores de berries: Michigan Blueberry Growers Association y Naturipe Berry Growers para formar Global Berry Farms la que hoy día tiene el nombre de Naturipe Farms. A través de esta sociedad se abastece de berries a Estados Unidos y Canadá durante todos los días del año. La comercialización es realizada bajo la marca Naturipe® principalmente a los canales retail y foodservice.

En Europa, Hortifrut participa directamente en comercialización, producción y centros de distribución.

Junto a Atlantic Blue, el mayor productor de arándanos de España, dan origen a Euroberry Marketing (EBM), encargada de la comercialización hacia el continente europeo. EBM cuenta con una oferta de todos los berries durante todo el año, bajo sus marcas "Southern Sun" y "Berry Collection". La oferta se complementa con productores de frambuesas, moras y frutillas, ubicados principalmente en España y Marruecos.

El mercado asiático está experimentando un progresivo crecimiento en el consumo de berries. La compañía, conjuntamente con Naturipe Farms, ya está presente en los principales mercados de la región bajo las marcas Southern Sun y Naturipe®, con exportaciones desde Chile, Argentina, México, Estados Unidos y Canadá y un programa de 52 semanas del año con los diferentes berries.

Los principales países asiáticos donde la Compañía comercializa sus berries son Japón, Taiwán, China, Singapur y Malasia.

En China, Hortifrut está llevando a cabo un proyecto de captación y asociación con productores de arándanos locales, movilizó un equipo que está operando en diferentes zonas productoras de China, tanto en el ámbito agrícola como comercial.



Alianzas estratégicas y socios de Hortifrut



FUENTE: Hortifrut.



7. Plan de Inversiones

El plan de inversiones de Hortifrut está centrado en aprovechar al máximo las ventanas de baja producción y precios altos, y en entrar con fuerza en el segmento food-service. Para esto, la compañía ha estructurado su plan de inversiones basado en tres pilares fundamentales y que ya están dando resultados en cuanto a la rentabilidad del negocio: masificar la genética que posee actualmente la compañía en los distintos berries, incrementar la capacidad productiva del Ready to Eat (RTE) y productos de valor agregado y abrir nuevos mercados principalmente Asia y Latinoamérica.

ii) Expansión de productos RTE

Las inversiones realizadas y el tiempo dedicado a desarrollar productos de valor agregado confirman el espíritu innovador de Hortifrut. Producto de todo este esfuerzo, se logró desarrollar los productos RTE (Ready to Eat), producto de gran innovación que el mercado del food-service ha estado esperando por años, y que ya han permitido cerrar importantes ventas con McDonald's, la más importante cadena de food-service en el mundo para sus 14 mil locales en EEUU. Para ello se inició a fines del año 2011 la construcción de una planta en la costa este de EEUU.

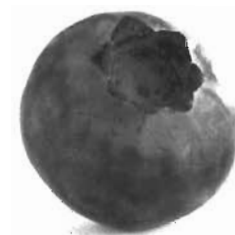
iii) Masificación de Genética Actual y Plantaciones

Las inversiones en el desarrollo de nuevas variedades y tecnologías genéticas ha sido por años un elemento decisivo e innovador para el éxito sostenido en el negocio de comercialización de berries. El fuerte énfasis que Hortifrut ha puesto en este aspecto le ha permitido atender a sus mercados en periodos de escasa oferta y precios altos, penetrar en nuevas zonas de cultivos, mejorar la productividad de sus plantaciones y mantener un alto estándar de calidad en sus productos.

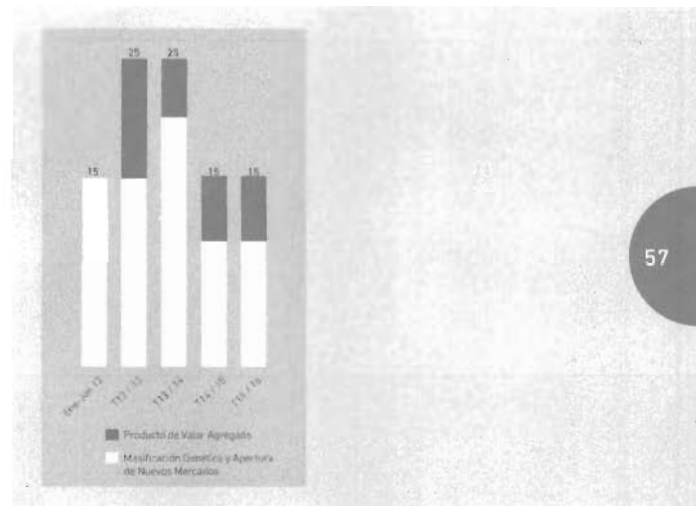
Tanto en frambuesas como en arándanos, se ha probado comercialmente durante la temporada pasada la enorme oportunidad que tiene Hortifrut para expandir sus operaciones basadas en nuevas variedades y consolidar aun más su posición de liderazgo global. Por lo tanto, las inversiones en plantaciones poseen una gran importancia estratégica para Hortifrut, pues una importante producción propia le permite contar con un volumen seguro para atender los requerimientos de los clientes y ejercer un delicado control sobre la calidad de la misma.

iii) Apertura nuevos mercados

Existen además otras inversiones necesarias, tales como instalación de oficinas comerciales para la apertura de nuevos mercados (Asia y Latinoamérica), capital de trabajo y marketing.



Plan de Inversiones Hortifrut (US\$ millones)







8. Antecedentes Financieros

8.1. Estado de Resultados:

Estado de resultados (US\$M)	2008	2009	2010	2011	1T '11	1T '12
	PCGA	PCGA	IFRS	IFRS	IFRS	IFRS
Ingresos	98.126	113.481	147.784	180.040	86.250	96.888
Costo de Ventas	(74.303)	(90.192)	(118.628)	(145.941)	(74.668)	(81.086)
Ganancia Bruta	23.823	23.289	29.156	34.099	11.582	15.802
Otros Ingresos	232	1.225	272	4.048	1.596	26
Gastos de administración	(11.462)	(14.752)	(17.870)	(17.436)	(3.403)	(4.002)
Otros gastos, por función	(539)	(1.102)	(2.174)	(300)	(375)	(251)
Ingresos Financieros	708	213	262	275	51	45
Costos Financieros	(2.838)	(3.739)	(3.248)	(3.475)	(921)	(1.241)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas	(1.190)	(2.290)	628	(290)	(59)	(40)
Amortización menor valor inversiones	(20)	(19)				
Diferencias de cambio	(9.227)	3.271	(137)	(435)	712	371
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	-513	6.096	6.889	16.486	9.183	10.710
Gasto por impuestos a las ganancias	(558)	447	(1.814)	(3.370)	(2.091)	(2.262)
Ganancia (pérdida)	-1.639	6.200	5.075	13.116	7.092	8.448
EBITDA	15.888	13.756	13.477	22.675	10.340	12.674

Nota: Contabilidad año 2008 en pesos chilenos llevada a dólares con tipo de cambio de cierre del ejercicio.





8.2. Balance IFRS:

Balance (US\$M)	2010	2011	1T '12
	IFRS	IFRS	IFRS
Activos Corrientes			
Efectivo y equivalentes al efectivo	14.679	33.717	30.066
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	13.803	17.611	20.260
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	15.028	21.221	26.610
Inventarios	21.772	29.644	13.482
Otros activos no financieros, corrientes	14.287	9.747	7.701
Activos No Corrientes			
Otros activos no financieros, no corrientes	59	24	25
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	267	316	325
Inversiones en otras sociedades	5.829	1.704	1.749
Propiedades, planta y equipo	29.895	32.433	41.610
Activos biológicos, no corrientes	47.999	54.580	60.179
Otros Activos, no corrientes	10.082	13.529	13.591
Total Activos	173.700	214.526	215.598
Pasivos Corrientes			
Otros pasivos financieros, corrientes	47.950	72.108	74.950
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	24.860	35.239	22.846
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	1.262	407	72
Otros pasivos corrientes	1.840	922	3.345
Pasivos No Corrientes			
Otros pasivos financieros, no corrientes	36.707	37.013	37.299
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes	10.758	11.596	10.616
Otros Pasivos no corrientes	6.262	6.679	7.043
Patrimonio			
Capital emitido	20.593	20.593	20.593
Ganancias (pérdidas) acumuladas	7.488	13.131	21.759
Otras reservas	4.409	16	265
Participaciones no controladoras	11.571	16.822	16.810
Total Pasivos y Patrimonio	173.700	214.526	215.598





8.3. Balance PCGA:

Balance (US\$M)	2008	2009
	PCGA	PCGA
Activos Corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	7.523	13.919
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	8.673	10.692
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	18.045	16.251
Inventarios	18.510	17.879
Otros activos no financieros, corrientes	8.599	7.672
Activos No Corrientes		
Otros activos no financieros, no corrientes	32.883	41.379
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	3.390	4.829
Inversiones en otras sociedades	7.611	5.448
Propiedades, planta y equipo	21.171	27.417
Depreciación	(10.974)	(17.028)
Otros Activos, no corrientes	1.819	4.614
Total Activos	117.250	133.072
Pasivos Corrientes		
Otros pasivos financieros, corrientes	43.165	45.258
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	12.736	16.486
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	246	1.159
Otros pasivos, corrientes		
Pasivos No Corrientes		
Otros pasivos financieros, no corrientes	35.197	33.772
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes	4.092	4.293
Otros Pasivos, no corrientes		2
Patrimonio		
Capital emitido	25.744	20.593
Ganancias (pérdidas) acumuladas	(8.158)	3.277
Participaciones no controladoras	4.228	8.234
Total Pasivos y Patrimonio	117.250	133.072

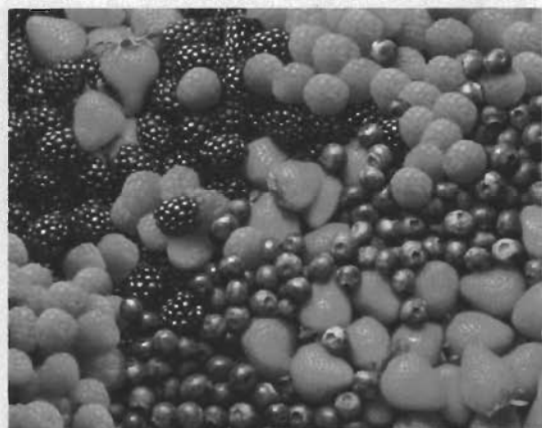
Nota: Contabilidad año 2008 en pesos chilenos llevada a dólares con tipo de cambio de cierre del ejercicio.



9. Factores de Riesgo

9.1. Aumento significativo de la oferta

En caso de aumentos muy significativos de las hectáreas plantadas podría generarse un escenario de sobre oferta de Berries que llevaría a una caída en los precios. Sin embargo, este fenómeno afectaría a Hortifrut sólo si se llevara a cabo en las ventanas del año en que produce la Compañía. Además, en los principales mercados en los que opera Hortifrut se observa todavía un gran potencial de crecimiento para la demanda de Berries. Existe un gran potencial de crecimiento del mercado de Berries dado por la combinación de (i) un producto con efectos muy positivos para la salud; (ii) la importancia cada vez mayor en la alimentación sana que buscan los consumidores y (iii) un consumo de Berries por cabeza todavía relativamente bajo.



9.2. Riesgos climáticos

El clima es un factor externo difícil de controlar, el cual puede afectar la calidad, cantidad, así como causar variaciones en la disponibilidad de la fruta a lo largo del año. Aunque poco controlable, este riesgo se logra mitigar con una apropiada diversificación geográfica, una correcta gestión, y sobre todo, un adecuado desarrollo en genética que permita hacer frente a cambios bruscos en el clima. La empresa administra este riesgo creando exportadoras y captando la fruta de diferentes productores en Chile y el resto del mundo, invirtiendo en agrícolas en diferentes países y en cada país en diferentes zonas, asegurando la disponibilidad de agua invirtiendo en pozos profundos en los campos que lo requieran y creando sistemas de control de heladas y granizos. Cabe recordar también la diversificación funcional de los negocios de Hortifrut, donde la mayor parte de los resultados se genera no en las agrícolas, sino en los servicios de exportación y comercialización.

9.3. Plagas y enfermedades

Es inevitable que una gran superficie de cualquier cultivo pueda verse afectada por alguna incidencia de plagas y/o enfermedades. El control eficaz de ellos es por tanto tan necesario como abonar o regar. El riesgo asociado con plagas o enfermedades es el impacto en calidad y/o rendimiento, pudiendo afectar la apariencia y vida post-cosecha de la fruta. No obstante, a través de un buen control (búsqueda y monitoreo) se puede detectar un brote de plagas o enfermedades a tiempo, permitiendo eliminar el problema antes de que provoque daños mayores. Hoy en día existen muchas y buenas alternativas para el control de plagas y enfermedades, tanto en producción orgánica como convencional y tanto en Chile como México y España. Cabe destacar que, en el caso de Chile, el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) de Chile es reconocido por su alta eficacia en la exclusión de nuevos patógenos y artrópodos al país, lo que es un gran beneficio para el sector agrícola en general y para los Berries en particular. Lo anterior, en combinación con las fronteras físicas (Cordillera de los Andes, el desierto y el Océano Pacífico) nos brinda un entorno privilegiado para el cultivo de Berries, superior al de nuestros vecinos en Sudamérica.

9.4. Food-Safety (Seguridad Alimenticia)

Como en todos los alimentos, siempre existe un riesgo de "recall" (término empleado en el caso que un producto sea retirado del mercado si hay sospecha o certeza de que viola las leyes alimentarias vigentes o bien que se transgreden los estándares de calidad establecidos por la empresa para dicho mercado) en la industria que puede afectar considerablemente los resultados de la empresa. Hasta el momento Hortifrut nunca ha tenido un problema, sin embargo, esto no garantiza que en el futuro lo pueda tener. La empresa garantiza la calidad y sanidad de los Berries exportados, invirtiendo en tecnología, específicamente sistemas de trazabilidad, trabajando con un riguroso programa de aseguramiento de calidad e inocuidad alimentaria que aplica durante todas las fases del proceso productivo (pre-cosecha, cosecha y post-cosecha), lo cual permite circunscribir el eventual problema a un volumen menor, no afectando la producción completa.

9.5. Desarrollo genético de la competencia

La falta de variedades modernas de plantas puede afectar la competitividad del negocio, tanto agrícola como de exportación y comercialización. Actualmente Hortifrut, cuenta con Programas de Desarrollo Varietal manteniendo en Chile y en el extranjero alianzas estratégicas con universidades y empresas, además de establecer convenios con los principales viveros del mundo, garantizándole a Hortifrut acceso a una gran gama de variedades modernas y atractivas de plantas.

9.6. Tipo de cambio

El carácter internacional de su negocio y las operaciones en diferentes países exponen Hortifrut a riesgos por variaciones en los tipos de cambio. Los costos de la empresa en Chile están mayoritariamente denominados en pesos chilenos, mientras que los ingresos están principalmente en US Dólar y Euro.

9.7. Intensificación de la competencia

La empresa enfrenta también el riesgo de una eventual intensificación de la competencia o la aparición de nuevos actores en el mercado de los Berries. Para hacer frente a estos riesgos, la Compañía concentra sus esfuerzos en acciones tendientes a mantener su liderazgo en costos, mantener una fuerte cadena de distribución, mejorar constantemente su oferta de productos y obtener reconocimiento de marca, entre otras. Asimismo Hortifrut ha privilegiado una expansión internacional a través de alianzas estratégicas tanto en la parte productiva como comercial, lo que le permite enfrentar de mejor forma la competencia y poder abastecer a sus clientes con Berries frescos todos los días del año.

9.8. Expansión internacional

Como empresa internacionalmente diversificada Hortifrut puede verse afectada por los acontecimientos económicos, financieros, políticos, culturales u otros que se originen en los diferentes países en los que se encuentren sus filiales. La entrada en un nuevo país exige un buen entendimiento de las particularidades de cada uno y de las preferencias de sus consumidores. En este sentido, la empresa cuenta con un directorio de vasta experiencia tanto en el ámbito internacional, como en el mercado de la fruta y siempre ha buscado los mejores socios de cada país para iniciar una incursión nueva.

9.9. Continuidad y costos de suministros y servicios

El desarrollo de los negocios de Hortifrut involucra una compleja logística en la cual el abastecimiento oportuno en calidades y costos de insumos y servicios es fundamental para mantener su competitividad. Respecto de la energía eléctrica, las plantas de proceso de Hortifrut cuentan con generadores que permiten asegurar la continuidad de la operación frente a cortes del suministro, además, todas las plantas tienen planes de contingencia para enfrentar escenarios restrictivos de suministro, sin embargo, no es posible descartar que en el futuro, estrecheces de abastecimiento pudieran generar discontinuidades en el suministro y/o mayores costos a las plantas de Hortifrut.







Hortifrut

2012



Apertura en Bolsa



PENTA CORREDORES
DE BOLSA

 celfincapital

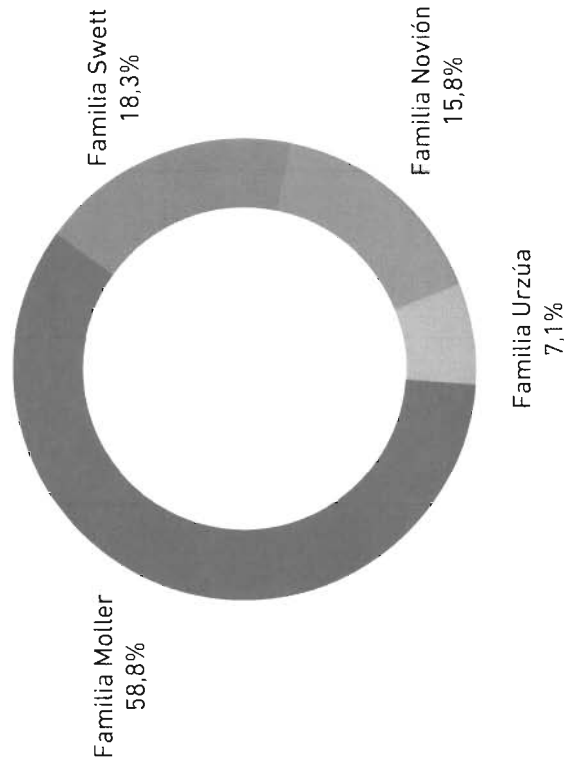
Características de la Colocación

Emisor	Hortifrut S.A.
Código nemotécnico	HF
Estructura de la oferta	Subasta de un libro de órdenes e inscripción en Bolsa Emergente
Acciones suscritas y pagadas	253.559.790
Acciones ofrecidas	Hasta 103.566.675 acciones de pago de primera emisión
Uso de fondos	Financiar Plan de Inversiones en genética y plantaciones, nuevos productos y nuevos mercados
Agentes estructuradores y colocadores	PENTA CORREDORES DE BOLSA  celfincapital

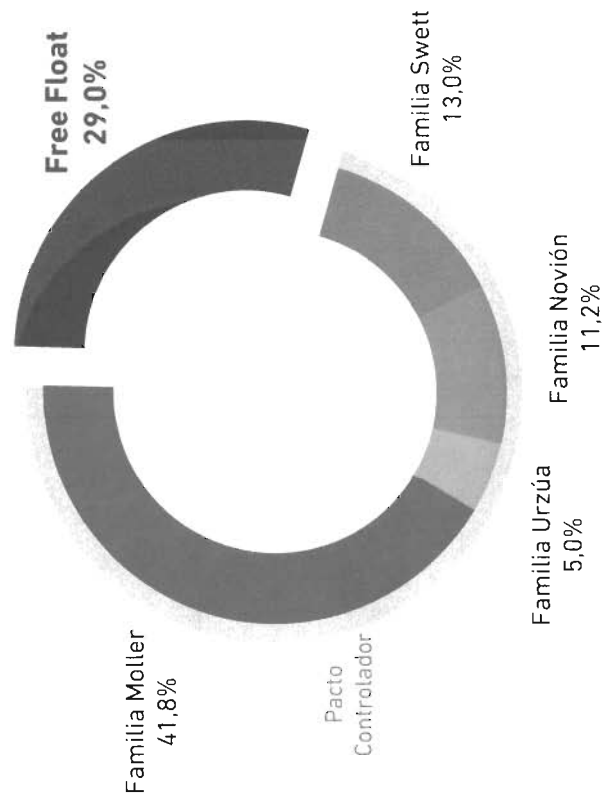


Se emitiría hasta un 29% de la propiedad en bolsa

Estructura pre apertura en bolsa



Estructura post apertura en bolsa



253.559.790 acciones

357.126.465 acciones

Pacto controlador: 71%



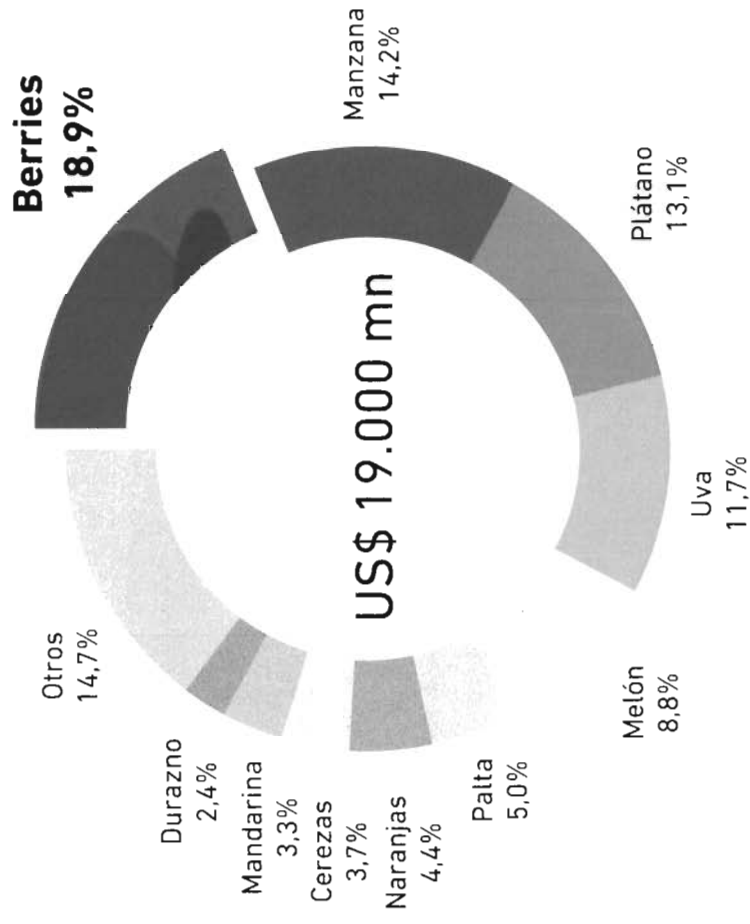
Los Berries



Berries: #1 en consumo de frutas frescas en EE.UU. y Canadá

- Producto de alto valor con un atractivo potencial de crecimiento
- Beneficios para la salud, sabor, conveniencia y versatilidad del producto son los principales impulsores del consumo de berries

Participación de Frutas Frescas en retail Norteamericano⁽¹⁾ (no incluye Club Stores)



Fuente: FreshLook Marketing-últimas 52 semanas terminadas en 25/03/2012.

(1) Incluye sólo Estados Unidos y Canadá.



Berries: Considerados mundialmente como “superfood”

- Tendencia mundial hacia alimentación completa y saludable impulsa el consumo de productos con cualidades nutricionales
- **Berries poseen las más alta concentración de antioxidantes entre las frutas frescas**
- Los antioxidantes evitan la generación de radicales libres, asociados con la aparición del cáncer

Capacidad de absorción de radicales de oxígeno de frutas frescas (ORAC⁽¹⁾)



Fuente: U.S. Department of Agriculture y Journal of American Chemical Society.

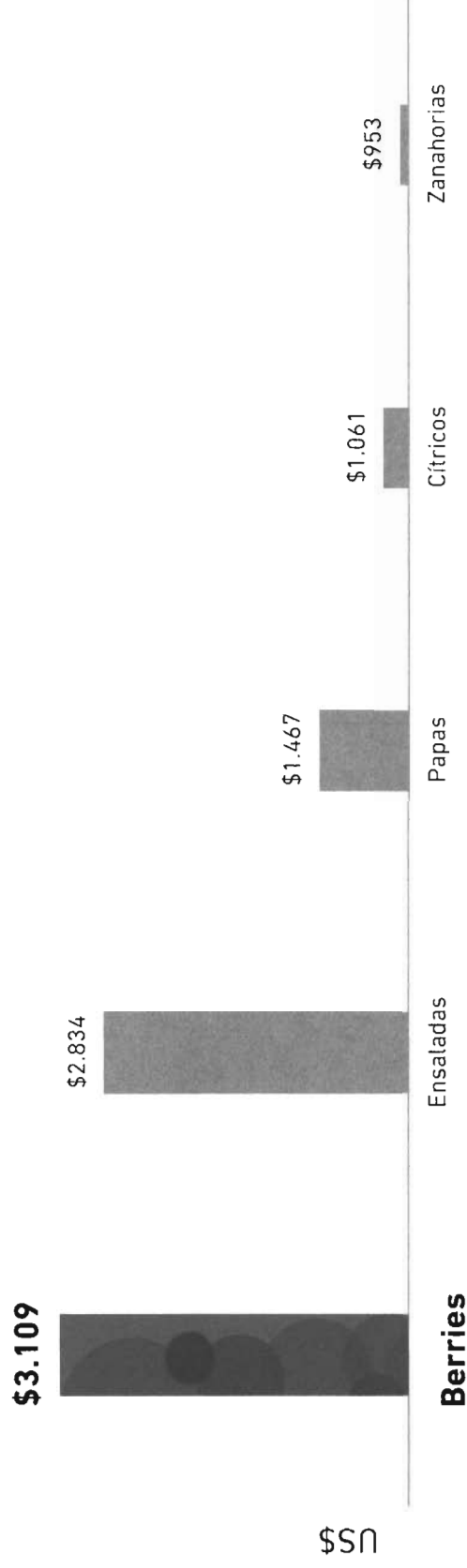
(1) ORAC: Capacidad de absorción de radicales de oxígeno – mmol trolox equiv/100gr.



Alta rentabilidad para el retail por metro cuadrado

- Dada la alta rotación y el alto valor del producto en supermercados, los berries tienen la mayor rentabilidad en góndolas entre los productos frescos empacados en Norteamérica⁽¹⁾

Ventas por tienda por semana en Norteamérica⁽¹⁾



Fuente: Produce Retailer – 52 semanas terminadas el 26/02/2011.

(1) Incluye sólo Estados Unidos y Canadá.

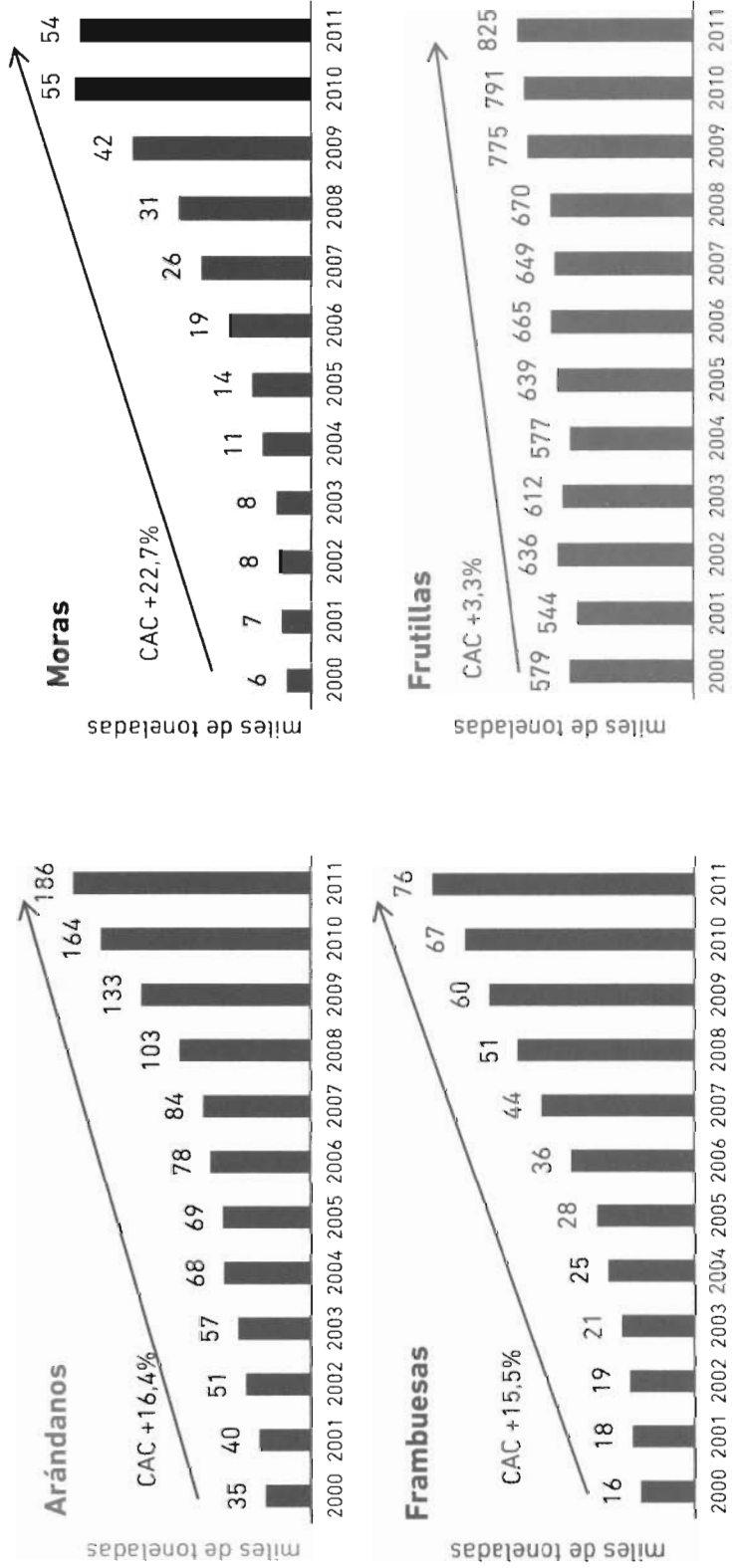
(2) Top 5 categorías en productos frescos empacados.



Creciente demanda por berries liderada por Norteamérica⁽¹⁾

- El consumo total de berries⁽²⁾ en Norteamérica⁽¹⁾ alcanzó 1.141.000 toneladas el 2011
- Europa es el segundo mayor consumidor de berries en el mundo, importando el 2010 cerca de 420.000 toneladas de berries, liderado por Alemania (29%), Francia (24%), Reino Unido (15%)

Crecimiento del consumo de berries frescos en Norteamérica⁽¹⁾



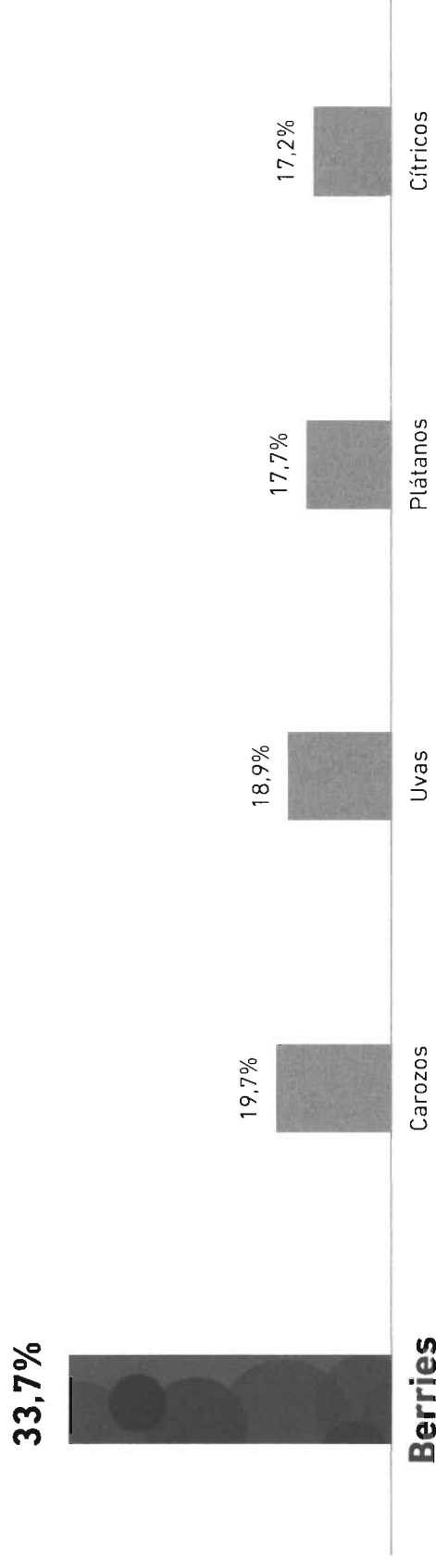
Fuente: U.S. Department of Agriculture.
 (1) Incluye sólo Estados Unidos y Canadá.
 (2) Incluye sólo las 4 categorías más importantes: arándanos, moras, frambuesas y frutillas.



Crecimiento del consumo y producción impulsa alza en ventas

- Berries lideran crecimiento en la industria frutícola en el mundo

Variación de las importaciones de fruta fresca en el mundo entre 2007 y 2010



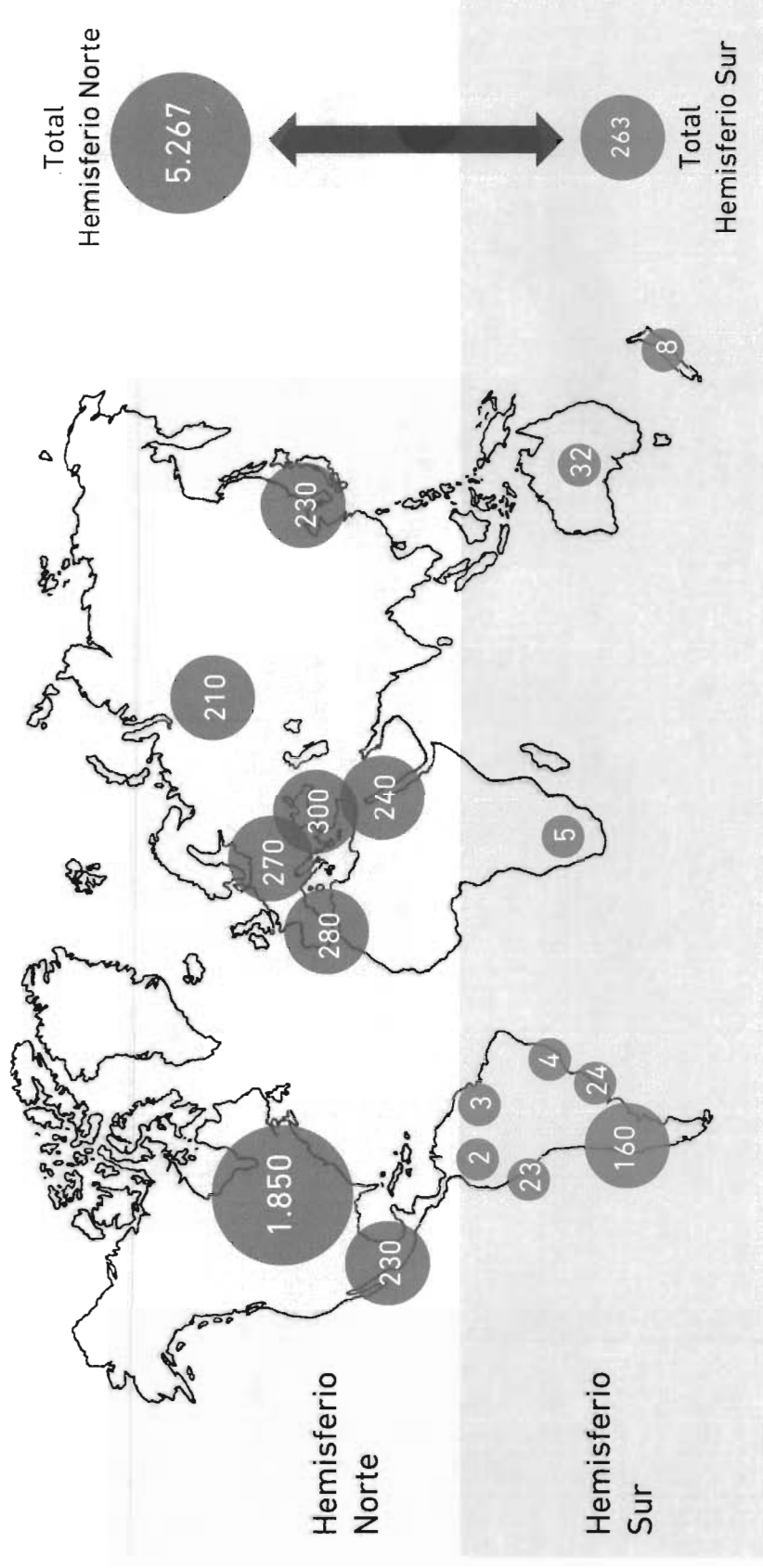
Fuente: United Nations COMTRADE.



Gran oportunidad de crecimiento en contra estación

- El hemisferio sur está ampliamente liderado por la producción chilena

Principales zonas de producción de berries 2010 (miles de toneladas)



Fuente: High Bush Blueberry Council, FAO, Prochile.

2

Introducción a Hortifrut



Historia de la Compañía

Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los días



Modelo de negocio: "From the family farm to the family table"



Desarrollo Varietal y Producción

Desarrollo Varietal

Pacific Berry

Frambuesas
Moras

Berry Blue

Arándanos

Vivero

Viveros
Hortifrut

Cultivo Agrícola



Exportación

Se exporta desde:

Chile, México,
Argentina,
España,
Polonia, EE.UU.

Hortifrut
Congelados

Importación / Comercialización



Se importa de:

Chile, México,
Argentina, España,
Polonia, EE.UU.,
Uruguay, Guatemala,
Portugal, Brasil,
Marruecos



Asia

Asian Berry



Hortifrut

Comercial



Trazabilidad del producto en toda la cadena



Todos los Berries, a Todo el Mundo, Todos los Días

compañía global



líder en berries

exitoso modelo de negocios **integrado**
desde la genética hasta el cliente final

producción y distribución a través de **marcas** y plataformas
comerciales propias



presente en **todos** los mercados
relevantes del mundo

Hortifrut hoy



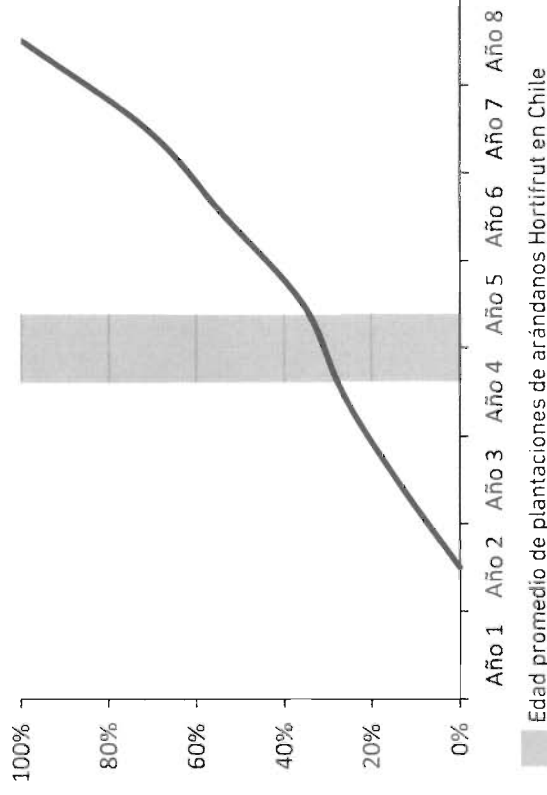
Hortifrut hoy (cont.)



Fuerte crecimiento con plantaciones actuales

- Plantaciones actuales de Hortifrut están en plena etapa de crecimiento
- Las ventas de Hortifrut han crecido a una tasa promedio anual de 22% durante los últimos 3 años

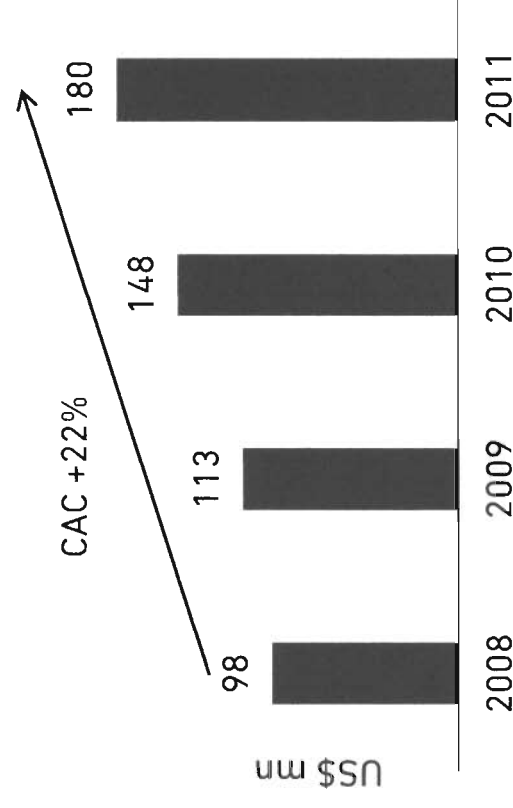
Curva de maduración tipo de nuevas plantaciones de arándano



Fuente: Hortifrut.

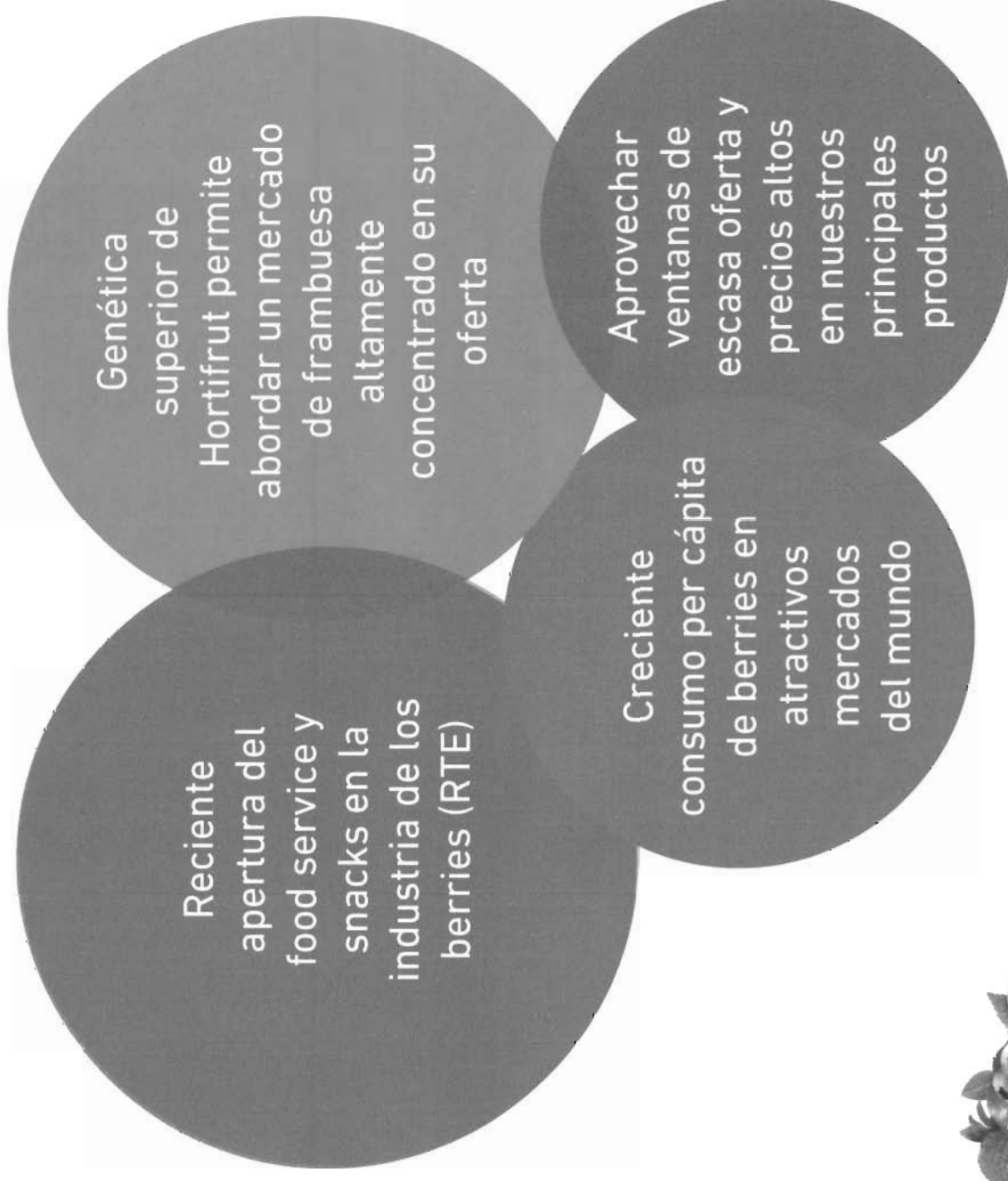


Evolución histórica de ingresos de Hortifrut



Fuente: Hortifrut.

Oportunidades de crecimiento e inversión





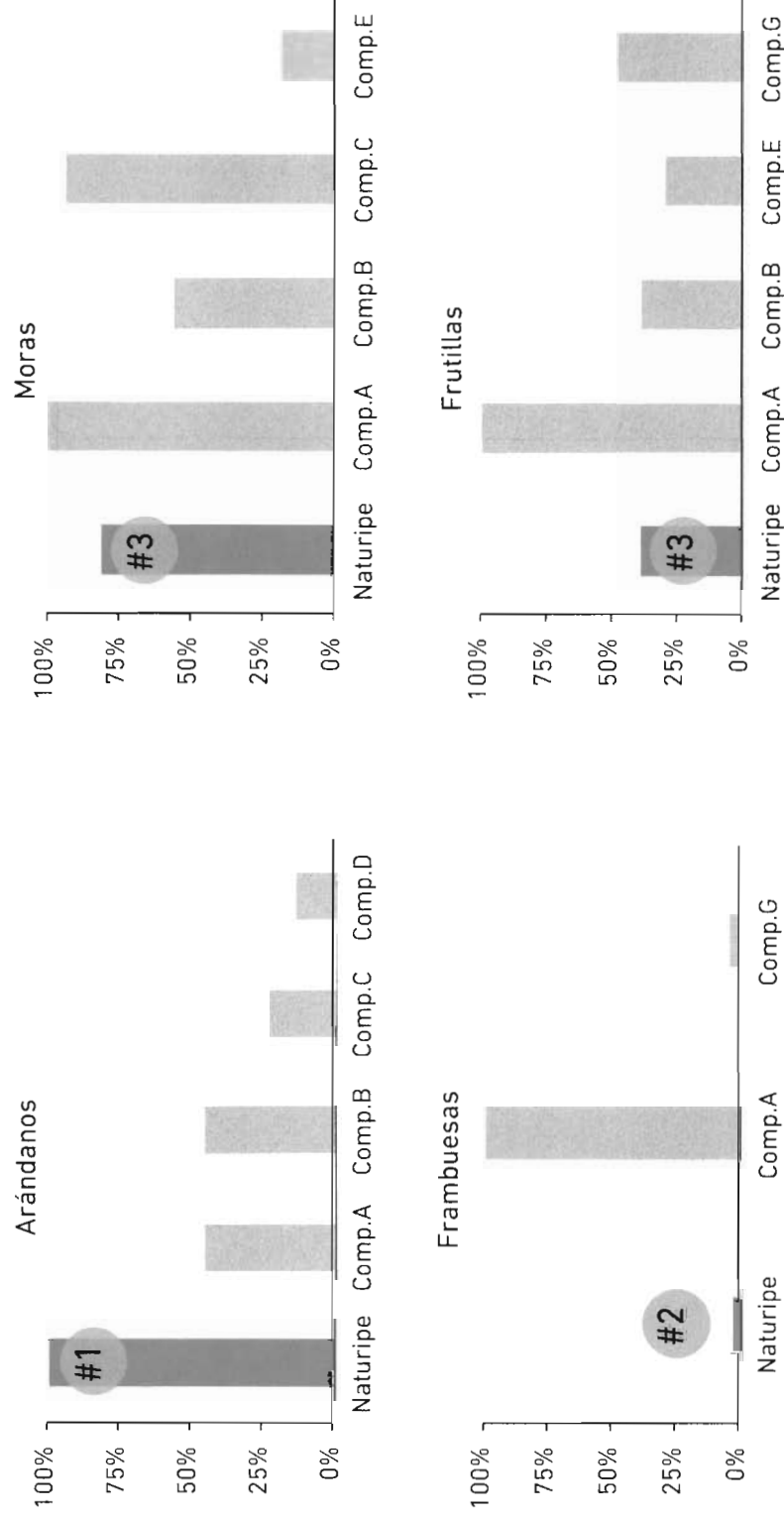
La Compañía



Compañía líder en la industria mundial de berries

- Hortifrut y sus asociados han logrado posicionarse en ventas como la empresa **N°1 en arándanos** convencionales y orgánicos y **N°2 en berries a nivel mundial**

Participación relativa de mercado de cada berry en Norteamérica⁽¹⁾ (últimos 12 meses a marzo 2012)

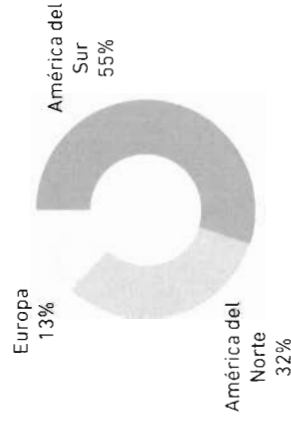


Fuente: Naturipe Farms (asociado de Hortifrut en EE.UU.).
 (1) Incluye sólo Estados Unidos y Canadá.

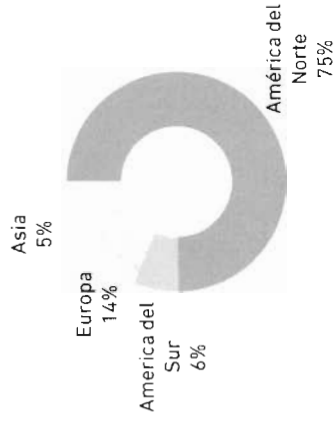


Diversificación: Controlando riesgos de forma eficiente

Diversificación por origen de producción (volumen)



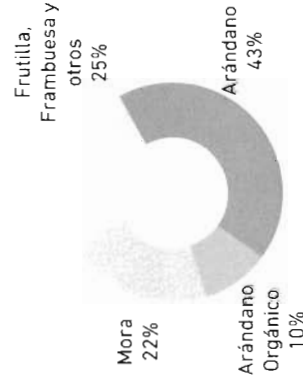
Diversificación por destino (ventas)



Diversificación de cartera de clientes



Diversificación por tipo de producto



Diversificación por unidad de negocio

- Genética y Producción
- Exportación
- Importación / Comercialización



Directorio con vasta experiencia en la industria

Víctor Moller S.
Presidente



Víctor Moller O.
Director

Juan Sutil S.
Director

Heriberto Urzúa S.
Director

Gonzalo Jimenez S.
Director

Alfonso Swett O.
Director



Germán Novión V.
Director

Francisco Condon S.
Director

Alfonso Swett S.
Director



Equipo internacional

- Toda la experiencia del negocio se ha capitalizado a través de sus reconocidas marcas y socios algunos con más de 100 años en el mercado

Asociados



MBG MARKETING

Atlantic Blue



Marcas



BERRY COLLECTION

Plataformas



euroberry

berry good



4

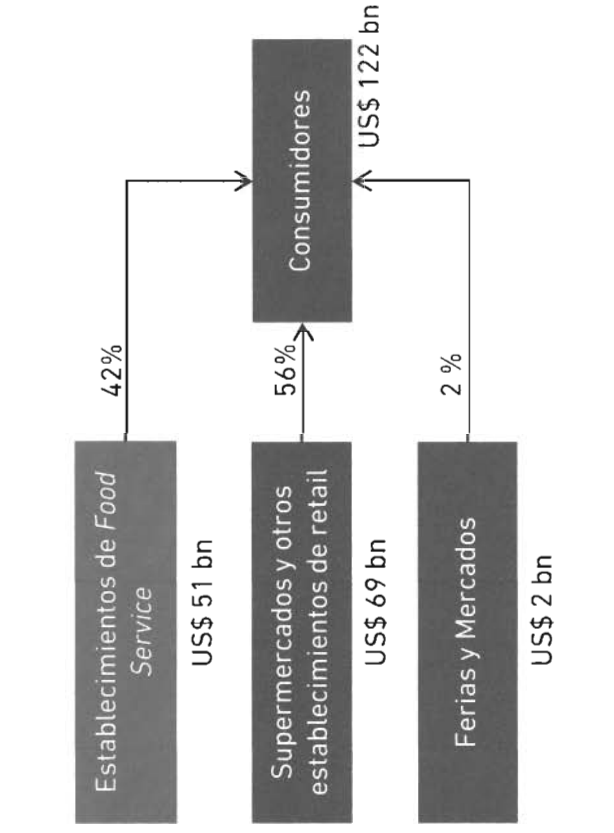
Oportunidades de Crecimiento



Food-service: Apertura de un mercado de gran tamaño

- En el mercado de fruta en EE.UU., el canal *food-service* representa el 42% de las ventas al consumidor final
- Venta de berries en dicho canal es apenas un 5% del total en Estados Unidos (por su perecibilidad)

Mercado de frutas en Estados Unidos



Fuente: Cornell y UC Davis basado en censo de EE.UU.

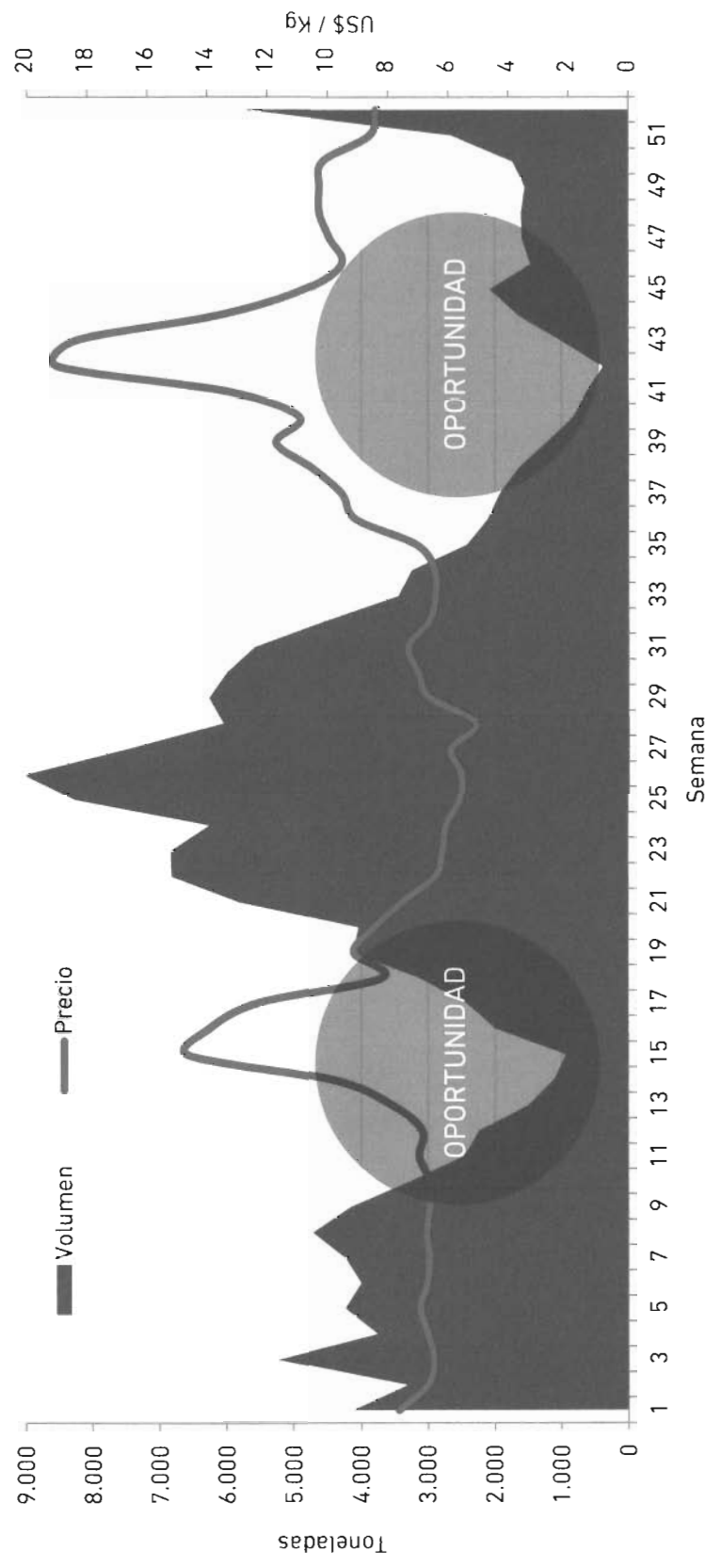
- Se selló recientemente un acuerdo con McDonald's para distribuir arándanos *Ready to Eat* a 14.000 locales en EE.UU.
- Hortifrut junto a sus socios en EE.UU. ya han desarrollado y están poniendo en marcha la tecnología adecuada, el empaque y logística para atender este segmento



Ventanas de gran oportunidad para arándanos

- Gracias a la nueva genética tenemos la capacidad de producir en contra-estación de manera de aprovechar precios mayores debido a las caídas en volumen en los periodos abril-mayo y octubre-noviembre

Volumen y precios semanales de arándanos en Norteamérica⁽¹⁾ 2011



Fuente: U.S. Department of Agriculture.

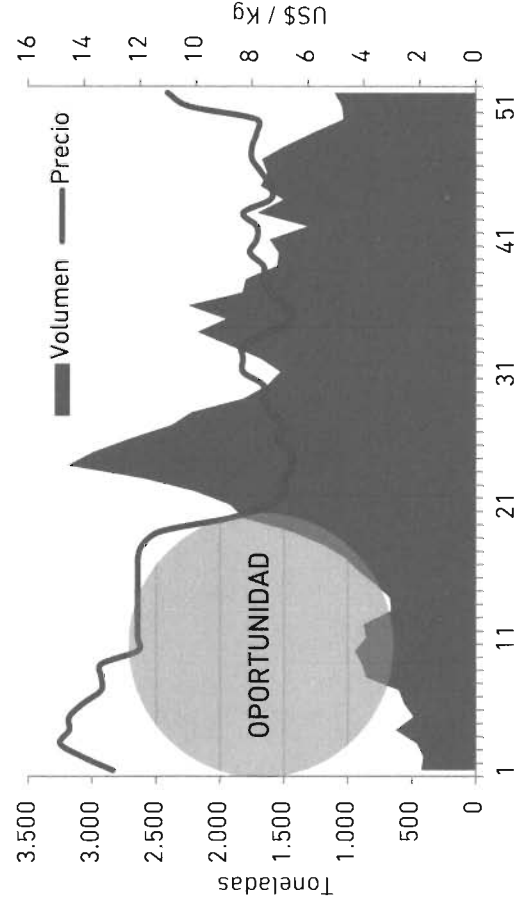
(1) Norteamérica incluye Estados Unidos y Canadá.



Mercado de la frambuesa altamente concentrado

- Hortifrut se enfocará en aumentar la comercialización de frambuesas en las ventanas de altos precios
- Masificar genética ya probada en la frambuesa para competir de cerca con el líder del mercado

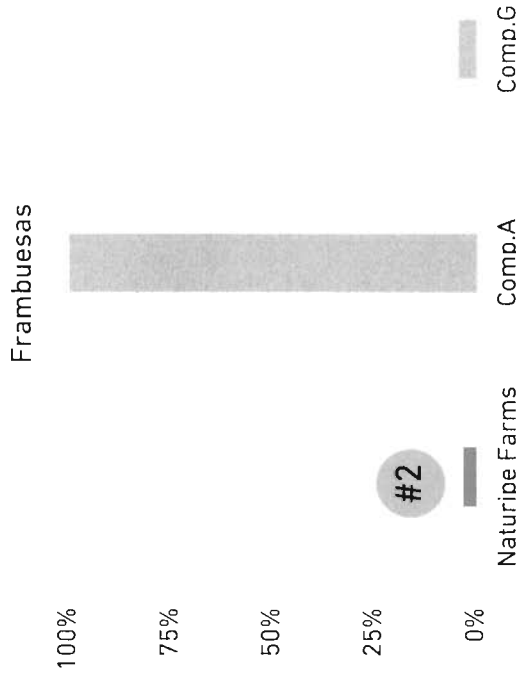
Volumen y precios semanales de frambuesas en Norteamérica⁽¹⁾ 2011



Fuente: U.S. Department of Agriculture.

(1) Incluye sólo Estados Unidos y Canadá.

Participación relativa en el mercado de Frambuesa de Norteamérica⁽¹⁾ (últimos 12 meses a marzo 2012)



Fuente: Naturipe Farms

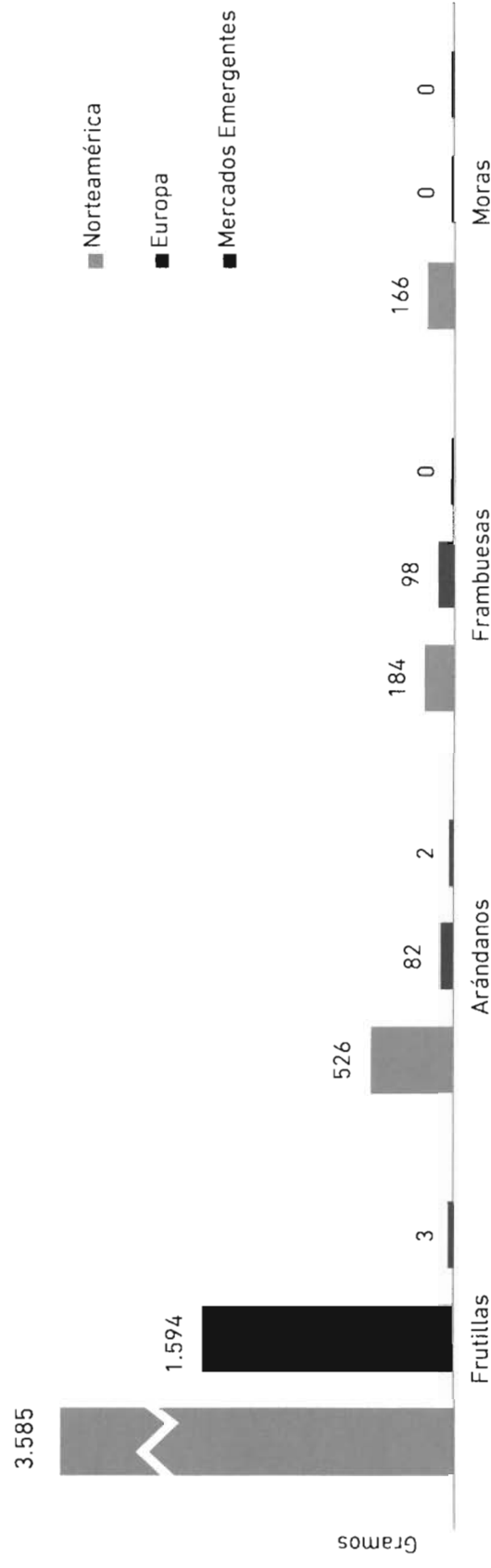
(1) Norteamérica incluye Estados Unidos y Canadá.



Alto potencial en mercados de consumo emergente

- Se espera que el mercado mundial de berries evolucione hacia un nivel de desarrollo y alto consumo como se observa en la actualidad en el mercado de EE.UU. y Canadá

Consumos per cápita de berries por región



Fuente: ERS, U.S. Department of Agriculture, FAO y United Nations Comtrade.

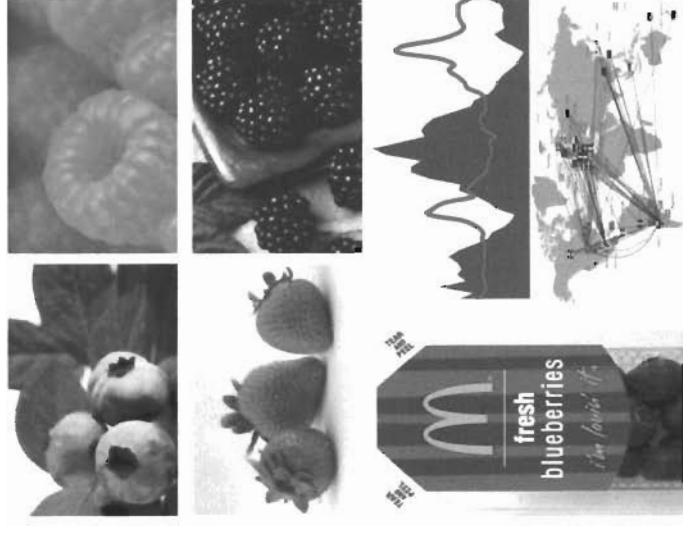
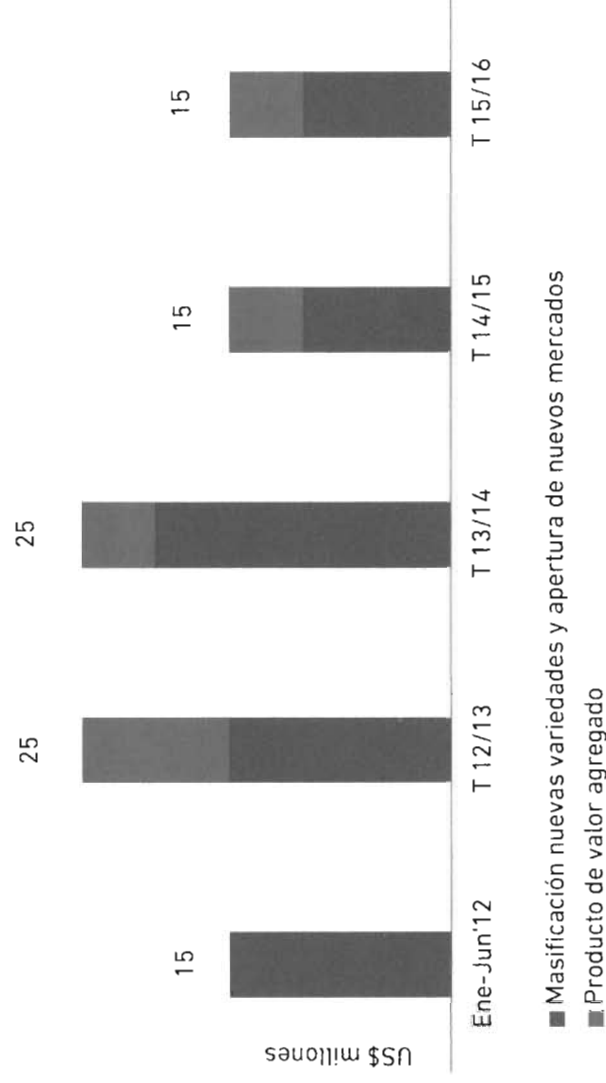
- Dentro del plan de inversiones, Hortifrut considera implementar la entrada a nuevos mercados
 - Recientemente se inició la importación de arándanos chilenos en China con excelentes resultados



Resumen de Plan de Inversiones

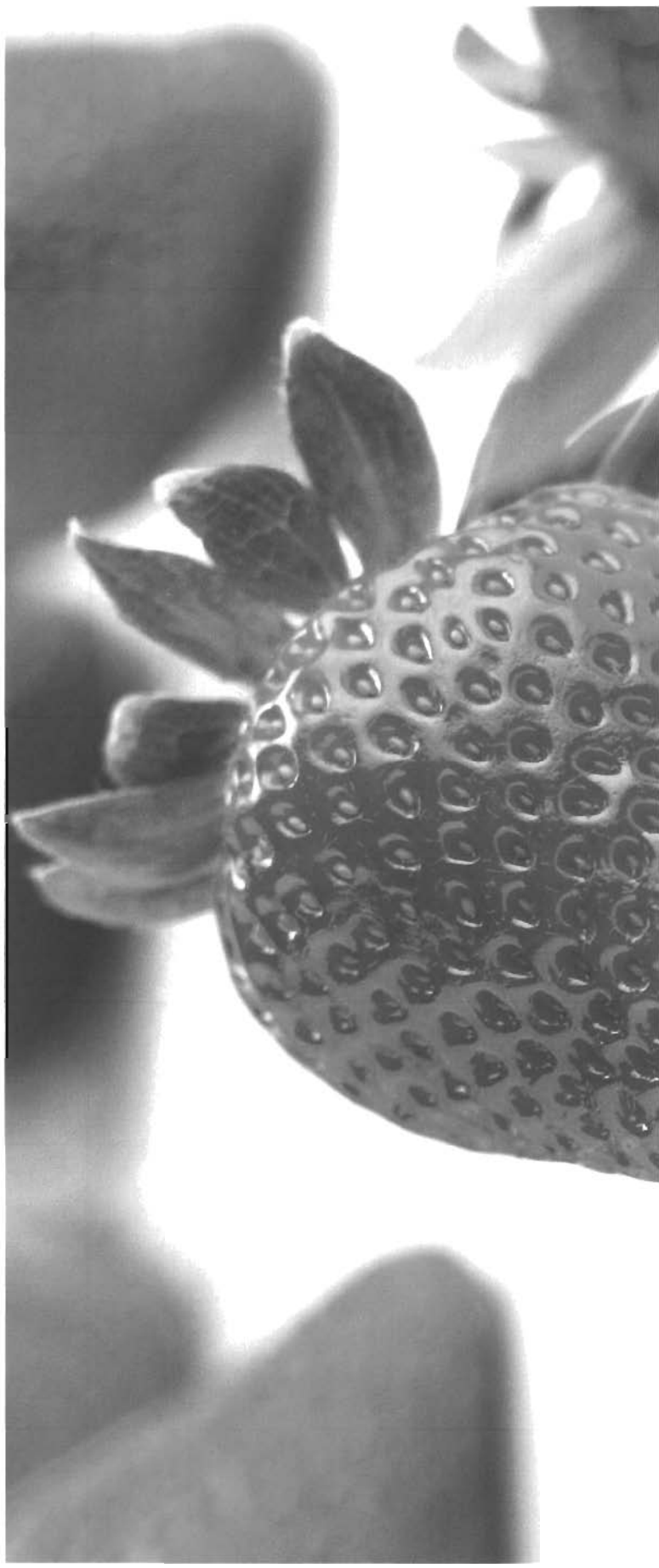
1. Incrementar la capacidad productiva del Ready to Eat (RTE) y productos de valor agregado
2. Masificar las nuevas y exitosas variedades actuales: abordar mercado del arándano y frambuesa
3. Abrir nuevos mercados principalmente Asia y Latinoamérica.

Plan de Inversiones Hortifrut



5

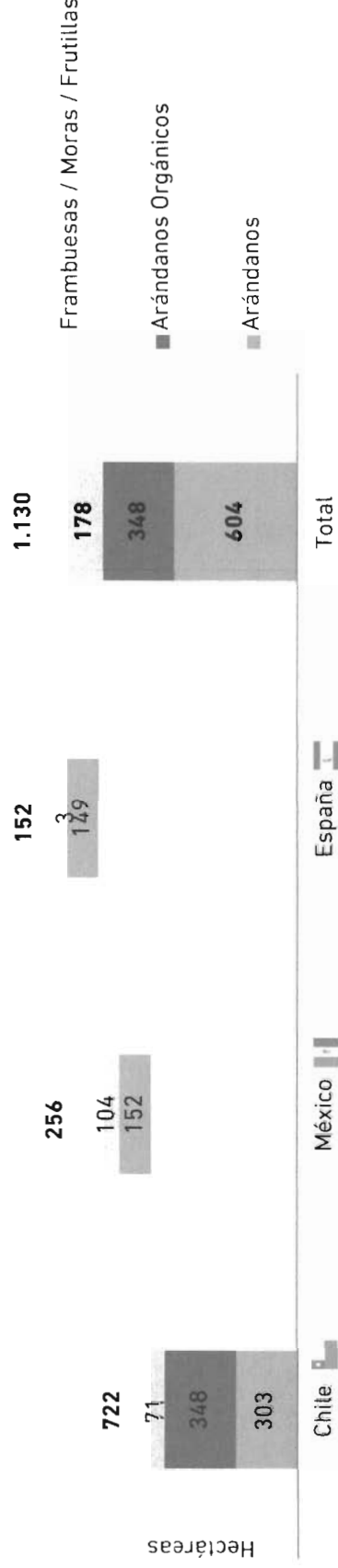
Antecedentes Generales



Plantaciones propias y estacionalidad

- Hortifrut cuenta con un total de 1.130 hectáreas disponibles para el cultivo de Berries, de las cuales un 74% corresponde a plantaciones productivas en diferente estados de desarrollo
- Un 30% del volumen comercializado de Hortifrut proviene de plantaciones propias o arrendadas

Distribución hectáreas de Hortifrut

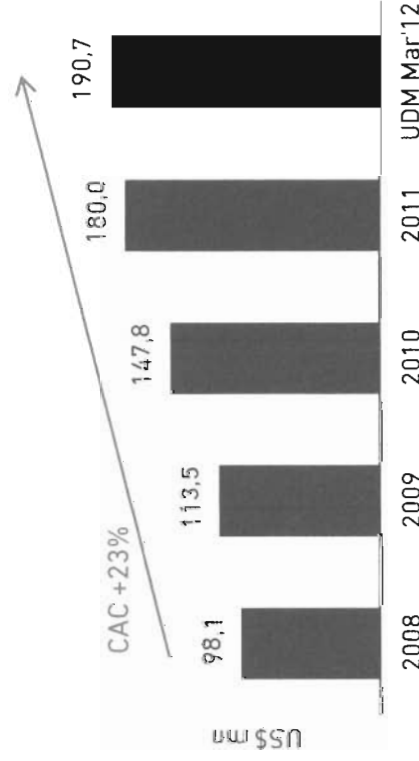


Fuente: Hortifrut.



Estados de resultados y producción

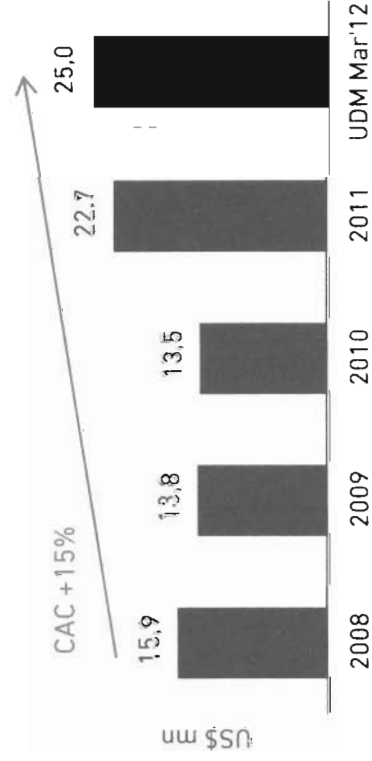
Evolución anual de ingresos



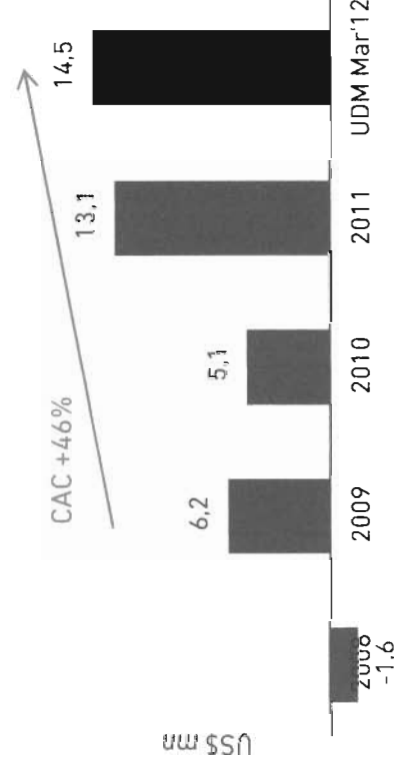
Evolución de producción por temporada



Evolución anual de EBITDA



Evolución anual de utilidad

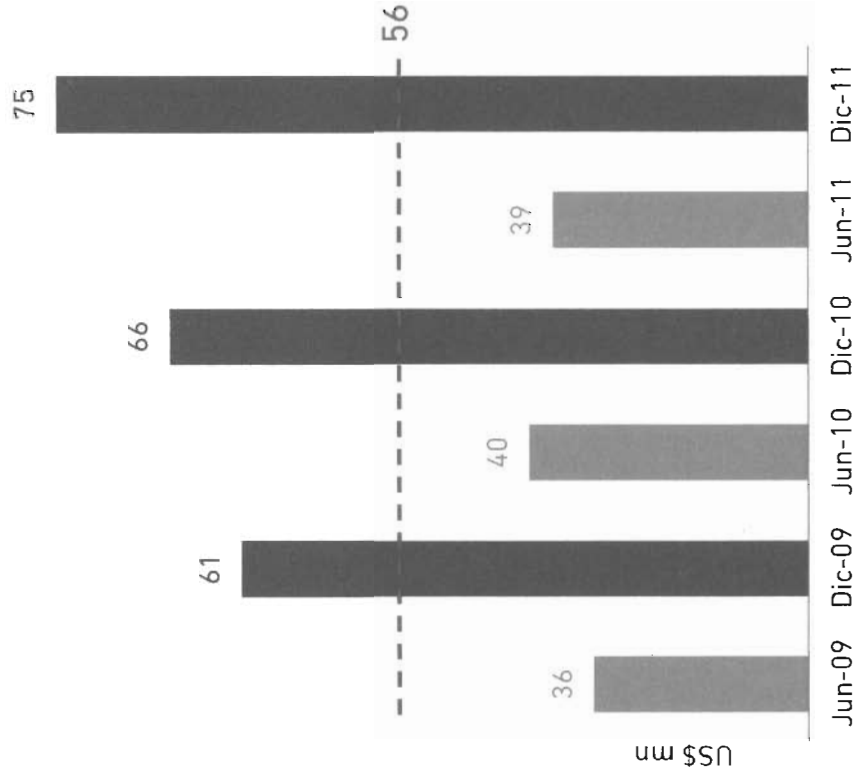


Nota: Contabilidad año 2008 en pesos chilenos y fue llevada a dólares con tipo de cambio de cierre del ejercicio.

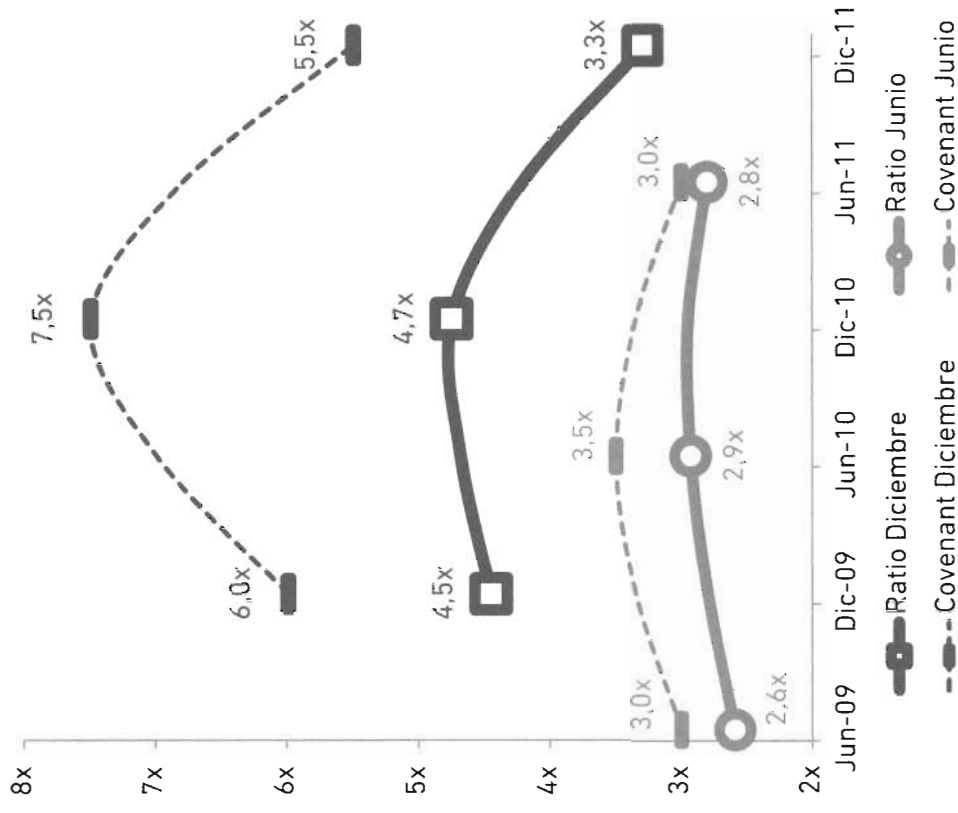


Deuda financiera neta presenta ciclo interanual

Deuda financiera neta



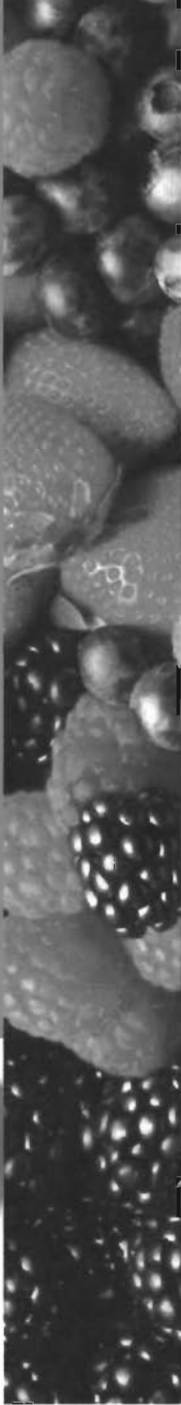
Deuda Financiera Neta / EBITDA (UDM)





PRIMER OBJETIVO DE LAS MAMÁS:

QUE SUS HIJOS
CREZCAN SANOS



84% DE
AUMENTO



EN MENCIONES DE
"FRESH"
EN MENÚS EN 2
AÑOS!

TENDENCIA

NOTORIO AUMENTO DE MENCIONES DE
"BERRIES" EN MENÚS



NIÑOS Y
COCINA

86%

Niños que probarán frutas
en restaurantes



Notificación relevante

Este documento ha sido preparado por Hortifrut S.A. ("HF" o el "Emisor") en conjunto con Penta Corredores de Bolsa S.A. ("Penta") y Celfin Capital S.A. Servicios Financieros ("Celfin Capital"), con el propósito de entregar antecedentes de carácter general acerca de HF, dentro del proceso de colocación de acciones de HF (en adelante, la "Oferta"), para que cada inversionista evalúe en forma individual e independiente la conveniencia de invertir en acciones de HF. Este documento no constituye una recomendación de inversión ni puede ser utilizado o interpretado para fines distintos de los señalados. En la elaboración de este documento se ha utilizado información de conocimiento público e información entregada por HF, la cual no ha sido verificada de manera independiente por Penta ni por Celfin Capital. Por lo tanto, Penta y Celfin Capital no asumen responsabilidad legal alguna por la exactitud de dicha información. El presente documento no pretende contener toda la información que pueda requerirse para evaluar la conveniencia de adquirir las acciones de HF que componen la Oferta, y no constituye en caso alguno una recomendación para invertir en ellas. Todo destinatario del mismo deberá llevar a cabo su propio análisis independiente de HF y de los datos contenidos en este documento. Esta presentación contiene estimaciones y proyecciones -tanto de dinero, como de unidades físicas y otras- que, por su naturaleza y contexto, involucran riesgos e incertidumbres, pues se basan en supuestos de acontecimientos, escenarios y circunstancias financieras y económicas que pueden o no ocurrir en el futuro. Del mismo modo, las proyecciones pueden variar como consecuencia del dinamismo y volatilidad que caracterizan a la industria agroindustrial y producto de las estrategias y decisiones que la Compañía pueda adoptar, de tiempo en tiempo, en beneficio de sus accionistas, para hacer frente a dicha volatilidad, o en el mejor interés del negocio. De esta forma la situación financiera actual de HF, sus resultados operacionales, flujos de caja, y el desarrollo de la industria y mercados en los cuales HF opera, pueden diferir en el futuro en forma de aquellos sugeridos en las estimaciones contenidas en esta presentación. En el contenido de esta presentación existen fuentes externas, que si bien son reputadas como confiables y se identifican en la misma presentación, no han sido independientemente verificadas por HF, ni por Penta ni por Celfin Capital, quienes por lo tanto no se hacen responsables de ellas. Quienes reciben esta presentación reconocen y aceptan que HF, Penta y Celfin Capital no adquieren ningún compromiso en cuanto a la exactitud de los contenidos de esta presentación y no asumen ninguna obligación de actualizar o corregir la información contenida en la misma.

El propósito de esta presentación es entregar antecedentes de carácter general para que cada inversionista, en forma individual e independiente, evalúe la conveniencia de invertir en acciones de HF. Por lo tanto cada inversionista individualmente y con la asesoría de profesionales de su confianza debe adoptar independientemente la decisión de invertir o no en acciones de HF, sin considerar esta presentación. En virtud de lo anterior HF, Penta y Celfin Capital no serán responsables por pérdidas o perjuicios derivados del uso de la información brindada en esta presentación, o de las decisiones que se basen en esa información.

La información, datos y proyecciones incluidas en este documento constituyen una breve descripción de las características de la Oferta y del Emisor. Antecedentes adicionales se encuentran disponibles en la sede central del Emisor, en las oficinas de Penta y Celfin Capital, en la Superintendencia de Valores y Seguros, como también en nuestro sitio web www.hortifrut.com.

Queda expresamente prohibida la reproducción total o parcial del presente documento, sin la autorización previa y por escrito del Emisor, de Penta o de Celfin Capital.



Hortifrut se abre a bolsa en julio y espera levantar US\$ 75 millones

HOY COMIENZA PROCESO DE ROAD SHOW.

Pese a la inestabilidad de los mercados, la compañía de producción, distribución, comercialización e investigación en berries, Hortifrut, confirmó sus planes para abrirse en bolsa durante julio. La firma espera levantar cerca de US\$ 75 millones por hasta el 29% de su actual propiedad, mediante la emisión de cerca de 103 millones de acciones.

La firma inicia hoy su proceso de

road show, en el que esperan reunirse con cerca de 50 inversionistas en Chile más algunos invitados extranjeros. Las corredoras Celfin y Penta actúan como agentes colocadores.

Trascendió que todos los accionistas van a diluir su propiedad en partes iguales y no concurrirán al aumento de capital. Luego del debut bursátil, la familia Moller controlará el 41,8%, la familia Swett 13%, Novión 11% y Urzúa 5%, lo que

dará paso a un pacto controlador como grupo que nombrará a 7 de los 9 miembros del directorio.

Los recursos obtenidos serán destinados a financiar inversiones,

incluyendo la expansión de nuevas variedades de berries (arándanos y frambuesas) y la apertura de nuevos mercados especialmente en Asia y Latinoamérica.



El director de finanzas corporativas de Celfin, José Ignacio Zamorano; junto al gerente general y al presidente de Hortifrut, Nicolás Moller y Víctor Moller, respectivamente.

MOVIMIENTOS 2012

➤ El paso de Ingevec

Pese a que se pronosticaba que un número importante de empresas concretarían su salida a bolsa este año, a la fecha sólo Ingevec ha dado el paso, con una recaudación inicial de US\$ 27 millones.

➤ Salmoneras preparan el terreno

Aunque el sector Salmón cae más de 20% en el año, la salmonera Cultivos Marinos Chiloé estaría a pocas semanas de concretar su apertura. Y Acuinova ya inscribió sus acciones en la SVS.

➤ ICL y Echeverría Izquierdo

La sociedad controladora de AFP Habitat, Isapre Consalud y otras firmas (ICL) y la constructora Echeverría Izquierdo, trabajan con IMTrust para su apertura este año.



La dupla: Nicolás Moller y Víctor Moller.

FOTO: AGENCIA/NO

Hortifrut crece en ready to eat y abrirá mercados en Asia y Latinoamérica

La empresa de berries espera recaudar unos US\$75 millones para su expansión.

FABIOLA ROMO PINO

—“Hemos tenido un crecimiento sobre dos dígitos, a pesar de la inestabilidad del mercado. Los berries han seguido creciendo. Tenemos campos en España y acabamos de vender la producción a mejor precio que el año pasado. Hay que acostumbrarse a la inestabilidad. En nuestra industria no hemos visto problemas”, afirma el presidente de Hortifrut, Víctor Moller.

Para algunos, podría parecer que no es el mejor para debutar en la Bolsa de Comercio. Pero no para la empresa chilena líder en la producción de berries, que espera recaudar unos US\$75 millones.

Hoy dan el primer paso para abrirse a la bolsa, con un road show que el miércoles 27 tendrá su versión ampliada. En su primera emisión, la firma que controla familia Moller ofrecerá más de 103,5 millones de acciones de pago y pretende colocar hasta el 29% de la propiedad, para lo cual está trabajando con Penta Corredores de Bolsa y con Celfin. Tras la apertura, la familia Moller -que maneja el 58,8% de la firma- pasará a tener un 41,8%. Igualmente, diluirán su propiedad las familias Swett, Novion y Urzúa.

Actualmente, el caballito de batalla de Hortifrut es la tecnología ready to eat, que permitió cerrar un millonario negocio con McDonald's para abastecer a 14 mil restaurantes en EEUU. “Esperamos partir en noviembre en Chile y luego ir con esa tecnología a Europa. Tenemos dos plantas de proceso: una en Georgia y otra en California. Tendremos una funcionando en Chile cuando comience la temporada. Estamos en conversaciones con clientes para que incorporen en los menús estos productos”, explica Moller.

Empresas Copec se ha interesado en los snacks de arándano fresco listo para consumir y Hortifrut continúa en conversaciones con la firma que encabeza Roberto Angelini, para cuando se retome la temporada chilena.

Hortifrut invertirá en oficinas comerciales para la apertura de nuevos mercados, principalmente en Asia y Latinoamérica.

En los últimos 12 meses, a marzo, la compañía alcanzó ventas por US\$190 millones. Cuenta con más de 1.130 hectáreas para el cultivo de berries, que se distribuyen en Chile, España y México. Además, la firma posee 30 centros de distribución en el mundo. ●

Hoy parte *road show*:

Hortifrut se abre en julio a la Bolsa

En torno a 50 reuniones realizará Celfin y Penta en el marco del *road show* previo al debut bursátil de Hortifrut. La empresa de *berries* prevé abrirse a Bolsa en julio, mediante la colocación de hasta el 29% de su propiedad.

El presidente de la firma, Víctor Moller, señaló ayer martes que esperan recaudar US\$ 75 millones. Preciso, además, que todos los socios se diluirán en partes iguales, ya que ninguno ejercerá su opción preferente.

Así las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa pasarán de ostentar el 100% de la propiedad al 71%, tras lo cual mantendrán el pacto de accionistas para seguir administrando la compañía.

EN APERTURA BURSÁTIL

Hortifrut Inicia Road Show con Miras a Levantar Recursos por US\$75 Millones

Hoy comienzan las reuniones que derivarán en el debut en bolsa de la compañía. Este se materializará el próximo mes.



■ José Ignacio Zamorano, director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital; Nicolás Moller, gerente general de Hortifrut; Víctor Moller, presidente de la firma; y Raúl Schmidt, director de Finanzas Corporativas de Banco Penta; liderarán el proceso de road show.

La empresa Hortifrut dará hoy inicio -a través de un road show, al proceso de apertura en bolsa con el que espera recaudar US\$75 millones, colocando hasta un 29% de su compañía en manos de nuevos accionistas.

Según la firma, su estreno en bolsa -que es asesorado por Penta y Celfin Capital- se concretará en julio mediante una subasta de 103,6 millones de nuevas acciones. Esto independiente de la volatilidad de los mercados, la cual señalan no afectaría en las valorizaciones.

Para Víctor Moller, presidente de Hortifrut, la apertura "representa una gran oportunidad para los inversionistas, ya que es una compañía líder, cuya gran fortaleza es la innovación".

En la misma línea, Nicolás Moller, gerente general de la firma, agrega, que "en cuanto a la expansión de la compañía hacia nuevos mercados, destacamos la apertura en Asia porque ha sido muy positiva para la industria chilena, y ahora también estamos apostando por Brasil. Estamos abriendo mer-

cados en diferentes países para aumentar la diversificación y las alternativas de clientes".

Los recursos obtenidos mediante la emisión, serán destinados a financiar su plan de inversiones para los próximos años y el desarrollo en Asia y Latinoamérica de la categoría Foodservice.

29%

de la compañía será colocado en apertura la apertura en bolsa

103,6

millones son las acciones que colocará Hortifrut a disposición del mercado

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Estimación
20/06/2012	LA TERCERA - STGO-CHILE	30	2	HORTIFRUT ESPERA RECAUDAR US\$ 75 MILLONES EN APERTURA A BOLSA	13,39x14,74	

Hortifrut espera recaudar US\$ 75 millones en apertura a Bolsa

Durante julio de este año, y bajo la nemotecnia HF, Hortifrut, empresa global dedicada a la producción y comercialización de berries, espera concretar su apertura en la Bolsa de Santiago.

Hoy se dará inicio al proceso de *road show*, que tendrá lugar sólo en Chile, pero al que se ha invitado a algunos inversionistas extranjeros, de Estados Unidos principalmente.

En la operación, Hortifrut

ofrecerá un máximo de 103.566.675 acciones de pago, llegando a 357.126.465 acciones suscritas y pagadas.

Las expectativas de la empresa son recaudar US\$ 75 millones, con una apertura de hasta el 29% de la propiedad de la compañía, proceso que está a cargo de Celfin Capital y Penta, como agentes colocadores.

El 100% de los recursos a recaudar serán destinados al plan de inversiones de la

compañía, que considera el crecimiento de nuevas categorías de arándanos y fram-buesas; la apertura de nuevos mercados, especialmente en Asia y Latinoamérica, y al desarrollo de otros segmentos de negocios, como el *food service* global, con el producto "listo para su consumo".

En las próximas tres semanas hay más de 50 reuniones agendadas con inversionistas interesados en ingresar a la compañía.



Hortifrut inicia road show en Chile y Estados Unidos para abrir hasta el 29% en bolsa

■ ■ ■ DESDE HACE un par de meses que Hortifrut, la compañía exportadora de berries, trabajaba junto a la corredora de bolsa de Penta y Celfin Capital para colocar hasta el 29% de su propiedad en el mercado.

Mañana a primera hora, la empresa ligada a Víctor Möller, Alfonso Swett, Heriberto Urzúa y Germán Novión, iniciará el *road show* en Chile y Estados Unidos. Durante las próximas tres semanas, ejecutivos de los bancos asesores y de la compañía tendrán más de 50 reuniones con la idea de materializar la apertura durante julio próximo.

Una vez que se concrete el proceso, las cuatro familias que hoy son dueñas del negocio establecerán un pacto controlador que se quedará con el 71% de la compañía. Bajo ese nuevo escenario, tendrán siete de los nueve directores.

Con los recursos que logren obtener de este proceso, que se calcula podrían llegar a los US\$ 75 millones, Hortifrut financiará su plan de inversiones para los próximos años. Éste, considera la expansión de nuevas variedades de berries entre las que están los arándanos y las frambuesas, la apertura de nuevos mercados en Asia y Latinoamérica, y de otros segmentos de negocios como los productos Ready to Eat (listo para comer), que ya abastece a 14 mil restaurantes McDonald's en Estados Unidos con arándanos frescos.

Según el presidente de Hortifrut, Víctor Moller, la apertura representa una "gran oportunidad para los inversionistas".

"Hortifrut es una compañía líder, cuya gran fortaleza es la innovación", explicó el empresario respecto a la empresa que tiene presencia en 37 países, que co-



► La compañía de Víctor Möller (presidente), Alfonso Swett, Heriberto Urzúa y Germán Novión es N°1 en arándanos y arándanos orgánicos y N°2 en berries en el mundo

mercializa más de 28 millones de kilos de berries al año, y que ha tenido ventas por US\$ 190 millones en los últimos 12 meses.

Agregó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que posee el más alto nivel de antioxidantes cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y

que es apetecido por nuevos mercados".

Los bancos asesores de la operación aseguraron que la empresa se "encuentra en una posición inmejorable para capturar mercados que han crecido a tasas de dos dígitos en la última década", que "los berries son un producto de gran atractivo" y que hay un gran potencial en el mercado de los arándanos.

Hortifrut espera recaudar US\$75 millones con apertura bursátil de hasta el 29% de la compañía

La empresa, que iniciará mañana el road show, estima que la apertura en bolsa podría concretarse en julio.

por La Tercera - 19/06/2012 - 12:54

LAS OPINIONES TIENEN UN PUNTO DE PARTIDA



Hortifrut, empresa agroindustrial integrada, vinculada a las familias Moller, Swett, Novion y Urzúa, informó este martes que espera recaudar US\$75 millones con la apertura bursátil de hasta el 29% de la propiedad.

La empresa, que iniciará mañana el road show, que incluye inversionistas extranjeros, principalmente de Estados Unidos, estima que la apertura podría concretarse en julio, para lo cual está trabajando con Penta Corredores de Bolsa y Celfin Capital Corredores de Bolsa como agentes colocadores.

En la ocasión, informó además que para las próximas tres semanas tienen agendadas cerca de 50 reuniones con inversionistas.

El road show ampliado se realizará el miércoles 27 de junio.

El presidente de la compañía, Víctor Moller, indicó que "nuestra apertura en Bolsa representa una gran oportunidad para los inversionistas (...) Hortifrut ha estado presente en ambos hemisferios con toda la categoría de berries, las 52 semanas del año, gracias a un modelo de negocios único y exitoso que lo ha llevado a ser líder mundial en la industria".

En esa línea agregó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que es ~~superfood~~ (posee el más alto nivel de antioxidantes entre toda la fruta fresca a nivel mundial), cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y que es apetecido por nuevos mercados".

Con todo, la empresa explicó que los recursos obtenidos mediante la emisión, serán destinados a financiar su plan de inversiones para los próximos años, que considera la expansión de las nuevas variedades de berries (arándanos y frambuesas) y la apertura de nuevos mercados tanto a nivel geográfico, como de otros segmentos de negocios como el de ~~Foodservice~~ global.

19/06/2012

Hortifrut abrirá a bolsa hasta el 29% de su propiedad el próximo mes

La firma frutícola pretender recaudar cerca de US\$75 millones, con la emisión de casi 100 millones de acciones.

Hortifrut, la firma frutícola informó hoy que en julio concretará su salida a bolsa, donde abrirán hasta el 29% de su propiedad.

Desde la empresa, vinculada a las familias Moller, Swett, Novión y Uruzúa, detallaron que se emitirán casi 100 millones de acciones, y estiman recaudar cerca de US\$75 millones. Para ello iniciarán mañana el road show, que se focalizará en Chile y EE.UU.

El capital recaudado se destinará a financiar su plan de inversiones para los próximos años, que incluye la expansión de nuevas variedades de berries, y la apertura de nuevos mercados a nivel geográfico -Asia y Latinoamérica- como hacia otros segmentos de negocios. Los agentes encargados de la operación son Penta Corredores de Bolsa y Celfin Capital.



VALOR FUTURO de fecha 19/06/2012

Hortifrut estima en USD 75 MM recursos que obtendrá tras apertura a bolsa de 29% de su propiedad
Belén López-Palop, ValorFuturo

Santiago--Jun 19--El presidente de la agrícola chilena Hortifrut, Víctor Moller, cifró en USD 75 millones la cantidad que la compañía espera recaudar con la apertura a Bolsa de hasta el 29% de la propiedad.

Hortifrut, empresa vinculada a las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa, inició su proceso de apertura en Bolsa con un `road show` que comenzará a partir de este miércoles 20 en Chile y los Estados Unidos.

De acuerdo al directivo, los recursos obtenidos mediante la emisión serán destinados a financiar el plan de inversión de la compañía de los próximos años que considera nuevas variedades de berries mediante investigación genética, así como la apertura a nuevos mercados en Asia y Latinoamérica.

Asimismo, destacó la intención de seguir desarrollando la expansión de los productos `Ready to eat` para el segmento `foodservice` global.

En este sentido, cabe recordar que recientemente la compañía puso en marcha el abastecimiento de 14.000 restaurantes de McDonald's en Estados Unidos con arándanos frescos.

En cuanto a la transacción, según explicó el director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital, José Ignacio Zamorano, ésta será mediante una subasta con un libro de órdenes. Asimismo, la compañía estará inscrita en la Bolsa Emergente, es decir, durante tres años las transacciones que tengan los accionistas estarán exentos del impuesto a la ganancia de capital.

Agregó que las acciones que se van a emitir son "100% acciones nuevas y se van a ofrecer 103.566.675 nuevas acciones", que se sumarán a las 253.559.790 acciones ya existentes.

En tanto, Moller descartó tener una fecha fija para la materialización de la apertura, sin embargo, aseguró esperar que "para el mes de julio estar en la Bolsa".

"Queremos tener una compañía abierta a Bolsa y líquida porque la compañía no termina con esta inversión de USD 75 millones, tenemos la posibilidad de desarrollar la compañía mucho más allá, van a ver integraciones, crecimiento de consolidación, desarrollo en otros países... Por lo que una compañía con valor Bolsa tiene mucha más capacidad de desarrollo que una de capital propio", apuntó el presidente.

Hortifrut es, junto a sus asociados, la compañía n° 1 en arándanos y n° 2 en berries a nivel mundial. A marzo de 2012, obtuvo registró ventas por USD 190 millones, con un volumen comercializado de más de 28 millones de kilos.

VALORFUTURO

AREA PERIODÍSTICA

Santiago: (56 2) 754-5600

Lima : (51 1) 241-3194

Bogotá : (57 1) 742-8881

e-mail: editor@valorfuturo.com

SERVICIO AL CLIENTE

e-mail: servicio.vf@valorfuturo.com

Martes 19 de junio de 2012 | 11:58

Hortifrut espera recaudar US\$ 75 millones con su estreno en bolsa en julio

La compañía detalló que abrirá el 29% de la propiedad con la emisión de cerca de 100 millones de acciones.

Ignacio Rojas, Diario Financiero Online

✉ ENVIAR 🖨 IMPRIMIR ⬆ AUMENTAR ⬆ DISMINUIR



Tal como lo hizo Ingevec este año, Hortifrut también se abre al mercado bursátil. La empresa frutícola controlada por las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa anunció esta mañana que su debut en bolsa se concretará en el mes de julio.

La compañía detalló que abrirá el 29% de la propiedad con la emisión de cerca de 100 millones de acciones, operación con la cual esperan recaudar unos US\$ 75 millones.

Hortifrut reveló también que el road show se inicia mañana y que tienen previsto reuniones con unos 50 inversionistas principalmente en Chile, pero también en Estados Unidos.

El gerente general de la empresa, Victor Moller, aseguró que no les preocupa el momento de inestabilidad que afecta a los mercados debido a que la compañía ha venido reportando ganancias superiores a los 2 dígitos en los últimos años, incluso durante la crisis del 2008.

Los recursos de la emisión, dijo el ejecutivo, serán para plan de inversión de los próximos años y se centrará en nuevas variedades de berries y la llegada a nuevos mercados, especialmente Asia y Latinoamérica



A pesar de todo, acción de Azul Azul
renta más de 50% en el año

SNA califica como "guerrilla rural" los
actos de violencia en La Araucanía

BTG Pactual se afianza en Colombia
con compra de corredora Bolsa y Renta

Watt's hizo público el due diligence con
Lácteos Valdivia por \$ 6.240 millones

Watt's firma memorándum de
entendimiento para adquirir Lácteos
Valdivia

ECONOMÍA Y NEGOCIOS ONLINE de fecha 19/06/2012

ECONOMÍA Y NEGOCIOS
online

Martes, 19 de Jun de 2012 | 15:08:24 hrs.

Hortifrut espera recaudar US\$75 millones con la apertura a bolsa de hasta el 29% de su propiedad

martes, 19 de junio de 2012
ValorFuturo

La compañía agrícola inició su proceso de apertura en bolsa con un "road show" que comenzará a partir de este miércoles en Chile y Estados Unidos.

SANTIAGO.- El presidente de la compañía agrícola Hortifrut, Víctor Moller, cifró en US\$75 millones la cantidad que la compañía espera recaudar con la apertura a Bolsa de hasta el 29% de la propiedad.

Hortifrut, empresa vinculada a las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa, inició su proceso de apertura en bolsa con un "road show" que comenzará a partir de este miércoles en Chile y Estados Unidos.

De acuerdo al directivo, los recursos obtenidos mediante la emisión serán destinados a financiar el plan de inversión de la compañía de los próximos años que considera nuevas variedades de berries mediante investigación genética, así como la apertura a nuevos mercados en Asia y Latinoamérica.

En cuanto a la transacción, según explicó el director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital, José Ignacio Zamorano, ésta será mediante una subasta con un libro de órdenes. Asimismo, la compañía estará inscrita en la Bolsa Emergente, es decir, durante tres años las transacciones que tengan los accionistas estarán exentos del impuesto a la ganancia de capital.

Agregó que las acciones que se van a emitir son "100% acciones nuevas y se van a ofrecer 103.566.675 nuevas acciones", que se sumarán a las 253.559.790 acciones ya existentes.

En tanto, Moller descartó tener una fecha fija para la materialización de la apertura, sin embargo, aseguró esperar que "para el mes de julio estar en la Bolsa".

"Queremos tener una compañía abierta a Bolsa y liquida porque la compañía no termina con esta inversión de US\$75 millones, tenemos la posibilidad de desarrollar la compañía mucho más allá, van a ver integraciones, crecimiento de consolidación, desarrollo en otros países... Por lo que una compañía con valor Bolsa tiene mucha más capacidad de desarrollo que una de capital propio", apuntó el presidente.

Portal Oficial de la Industria
Frutícola Chilena
ASOEX - FEDEFruta
"Juntos, nuestra fruta vale más"



[Inicio](#) [Quiénes Somos](#) [Agroclima](#) [Comités](#) [Secciones Destacadas](#) [Nuestros Servicios](#) [Links de Interés](#)

[Contáctenos](#)

[Inicio](#) / [Noticias por Área](#) / [Empresas](#) / [Hortifrut inicia road show en Chile y Estados Unidos para abrir hasta el 29% de su propiedad en Bolsa](#)

Hortifrut inicia road show en Chile y Estados Unidos para abrir hasta el 29% de su propiedad en Bolsa

Miércoles, 20 de Junio de 2012 01:09



La acción comienza hoy, miércoles 20 de junio de 2012. Mientras que una vez que se concrete el proceso, las cuatro familias dueñas del negocio establecerán un pacto controlador que se quedará con el 71% de la compañía

Tal como lo anticipara SimFRUIT el viernes recién pasado, Hortifrut sería la segunda empresa nacional en colocar parte de su propiedad en el mercado, luego que la constructora chilena Ingevec comenzara su proceso en marzo pasado.

Durante una Conferencia de Prensa realizada ayer martes 19 de junio, Hortifrut, empresa global líder en berries, vinculada a las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa, dio a conocer el inicio de su proceso de apertura en Bolsa con un road show que comienza a partir de hoy, miércoles 20 de junio de 2012.

De esta forma, la compañía pretende colocar hasta el 29% de su propiedad en el mercado, para lo cual, desde hace un par de meses, está trabajando con Penta Corredores de Bolsa S.A. y Celfin Capital S.A. Corredores de Bolsa como agentes colocadores.

Durante las próximas tres semanas, ejecutivos de los bancos asesores y de la compañía tendrán más de 50 reuniones con la idea de materializar la apertura durante julio próximo.

Víctor Moller, Presidente de la compañía indicó que "nuestra apertura en Bolsa representa una gran oportunidad para los inversionistas, ya que Hortifrut es una compañía líder, cuya gran fortaleza es la innovación, que le ha permitido estar presente en ambos hemisferios con toda la categoría de berries (arándanos, frambuesas, moras y frutillas), las 52 semanas del año, gracias a un modelo de negocios único y exitoso que la ha llevado a ser líder mundial en la industria".

Una vez que se concrete el proceso, las cuatro familias que hoy son dueñas del negocio establecerán un pacto controlador que se quedará con el 71% de la compañía. Bajo ese nuevo escenario, tendrán siete de los nueve directores.

En cuanto a la transacción, según explicó el director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital, José Ignacio Zamorano, ésta será mediante una subasta con un libro de órdenes. Asimismo, la compañía estará inscrita en la Bolsa Emergente, es decir, durante tres años las transacciones que tengan los accionistas estarán exentos del impuesto a la ganancia de capital. Zamorano, agregó que las acciones que se van a emitir son "100% acciones nuevas y se van a ofrecer 103.566.675 nuevas acciones", que se sumarán a las 253.559.790 ya existentes.

Por su parte, Moller descartó tener una fecha fija para la materialización de la apertura, sin embargo, aseguró esperar estar en la Bolsa para el mes de julio próximo. "Queremos tener una compañía abierta a Bolsa y líquida porque la compañía no termina con esta inversión de US\$75 millones, tenemos la posibilidad de desarrollar la compañía mucho más allá, van a ver integraciones, crecimiento de consolidación, desarrollo en otros países... Por lo que una compañía con valor Bolsa tiene mucha más capacidad de desarrollo que una de capital propio", puntualizó el Presidente de la empresa.

Con los recursos que logren obtener de este proceso, que como dijo Moller se calculan podrían llegar a los US\$75 millones, Hortifrut financiará su plan de inversiones para los próximos años, el cual considera la expansión de nuevas variedades de berries entre las que están los arándanos y las frambuesas; la apertura de nuevos mercados en Asia y Latinoamérica, y de otros segmentos de negocios como los productos Ready to Eat ("Listos para Comer"), del cual ya forma parte importante al abastecer a los 14 mil restaurantes McDonald's en Estados Unidos con arándanos frescos. Un acuerdo que fue posible gracias a un proceso de innovación tecnológica, único en el mundo, que le permite tener ventajas competitivas importantes para enfrentar la próxima década.

El Director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital precisó "nuestra invitación es a invertir en una compañía líder mundial de una industria no representada actualmente en la bolsa chilena y que se encuentra en una posición inmejorable para capturar mercados que han crecido a tasas de dos dígitos en la última década". Esta positiva visión fue respaldada por Raúl Schmidt, Director de Finanzas Corporativas de Banco Penta, quien destacó que "los berries son un producto de gran atractivo. Por ejemplo, en un mercado tan desarrollado como el norteamericano, los berries ya son N°1 en ventas de todas las frutas frescas en el mercado retail (se gastan 1 de cada 5 dólares del consumo total en fruta). El consumo per cápita de arándanos en EEUU es de 526 gramos al año, mientras que en Europa es de sólo 82 gramos y en los mercados más nuevos no supera los 2 gramos. Este bajo consumo se debe a la limitada oferta de producto, lo cual representa otra gran oportunidad de crecimiento para Hortifrut."

La Empresa

Hortifrut es una empresa global, con presencia comercial en 37 países y con un modelo de negocios único y exitoso, integrado desde la genética hasta el cliente final. Junto a sus asociados es la compañía N°1 en arándanos y arándanos orgánicos y N°2 en berries en el mundo. Tuvo ventas de US\$190 millones en los últimos 12 meses a marzo de 2012, con un volumen comercializado de más de 28 millones de kilos, posee más de 1.100 hectáreas de producción propia y plataformas comerciales propias en Norteamérica, Europa, Asia, Brasil y Chile.

Adicionalmente, esta compañía mantiene alianzas estratégicas en mercados clave con líderes de la industria: Michigan Berry Growers, Naturipe Berry Growers, Mungers Farms y Atlantic Blue que le permiten llevar alrededor de 600 millones de envases con marcas propias a los hogares en distintos lugares del mundo.

El modelo de negocios de Hortifrut le ha permitido estar presente en ambos hemisferios, con la categoría frutícola con mayor potencial y más saludable de la industria: los



SIMFRUIT.CL de fecha 20/06/2012

berries (arándanos, frambuesas, moras y frutillas). Cuenta además con variedades nuevas que le permiten mejorar productividad, ampliar temporalidad de la fruta y asegurar fidelidad de los compradores, llegando con su producto las 52 semanas del año a las cadenas de supermercados, siendo la fruta más rentable por metro cuadrado para este segmento de venta. En el mercado de retail en Norteamérica los berries son N°1 en ventas de todas las frutas frescas con un market share de 18,9%.

Fuente: SimFRUIT

Hortifrut inicia proceso de apertura a Bolsa con road show para inversionistas



NOTICIA

SANTIAGO.- Hortifrut, empresa global líder en berries, vinculada a las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa, inició su proceso de apertura en Bolsa con un road show que comienza a partir de este miércoles 20 de junio. La compañía pretende colocar hasta el 29% de su propiedad en el mercado, para lo cual está trabajando con Penta Corredores de Bolsa S.A. y Celfin Capital S.A. Corredores de Bolsa como agentes colocadores.



Víctor Moller, presidente de la compañía indicó que "nuestra apertura en Bolsa representa una gran oportunidad para los inversionistas, ya que Hortifrut es una compañía líder, cuya gran fortaleza es la innovación, que le ha permitido estar presente en ambos hemisferios con toda la categoría de berries (arándanos, frambuesas, moras y frutillas), las 52 semanas del año, gracias a un modelo de negocios único y exitoso que lo ha llevado a ser líder mundial en la industria".

El empresario agregó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que es superfood (posee el más alto nivel de antioxidantes entre toda la fruta fresca a nivel mundial), cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y que es apetecido por nuevos mercados".

La compañía informó que los recursos obtenidos mediante la emisión serán destinados a financiar su plan de inversiones para los próximos años que considera como hitos principales: la expansión de las nuevas variedades de berries (arándanos y frambuesas), cuyas ventajas competitivas ya son un éxito, y la apertura de nuevos mercados tanto a nivel geográfico, especialmente en Asia y Latinoamérica, como de otros segmentos de negocios, como el Foodservice global, con su innovador producto de valor agregado Ready to Eat (RTE).

"Las inversiones en los programas genéticos para el desarrollo varietal en los que ha trabajado Hortifrut la posicionan como una compañía con una importante ventaja competitiva en la industria, que le permite aprovechar ventanas interanuales de precio alto en arándanos y moras, así como también competir en frambuesas, mercado dominado por un solo player. Nuestra invitación es a invertir en una compañía líder mundial de una industria no representada actualmente en la bolsa chilena y que se encuentra en una posición inmejorable para capturar mercados que han crecido a tasas de dos dígitos en la última década", comentó José Ignacio Zamorano, Director de Finanzas Corporativas de Celfin Capital.

Por su parte, Raul Schmidt, Director de Finanzas Corporativas de Banco Penta, agregó que "los berries son un producto de gran atractivo. Por ejemplo, en un mercado tan desarrollado como el norteamericano, los berries ya son N°1 en ventas de todas las frutas frescas en el mercado retail (se gastan 1 de cada 5 dólares del consumo total en fruta). El consumo per cápita de arándanos en EE.UU. es de 526 gramos al año, mientras que en Europa es de sólo 82 gramos y en los mercados más nuevos no supera los 2 gramos. Este bajo consumo se debe a la limitada oferta del producto, lo cual representa otra gran oportunidad de crecimiento para Hortifrut".

Cabe recordar que recientemente la compañía puso en marcha el abastecimiento de 14 mil restaurantes de McDonald's en EE.UU. con arándanos frescos Ready to Eat (RTE), lo que fue posible gracias a un proceso de innovación tecnológica único en el mundo, que le permite tener ventajas competitivas importantes para enfrentar la próxima década. La empresa se encuentra cerrando negocios con otras grandes compañías del rubro alimenticio.

Hortifrut es una empresa global, con presencia comercial en 37 países y con un modelo de negocios único y exitoso, integrado desde la genética hasta el cliente final. Junto a sus asociados es la compañía N°1 en arándanos y arándanos orgánicos y N°2 en berries en el mundo. Tuvo ventas de US\$ 190 millones en los últimos 12 meses a marzo de 2012, con un volumen comercializado de más de 28 millones de kilos, posee más de 1.100 hectáreas de producción propia y plataformas comerciales propias en Norteamérica, Europa, Asia, Brasil y Chile. Adicionalmente, mantiene alianzas estratégicas en mercados clave con líderes de la industria: Michigan Berry Growers, Naturipe Berry Growers, Mungers Farms y Atlantic Blue que le permiten llevar alrededor de 600 millones de envases con marcas propias a los hogares en distintos lugares del mundo.

[más noticias de economía »](#)

Hortifrut inicia road show en Chile y Estados Unidos para abrir hasta el 29% en bolsa

Una vez que se concrete el proceso, las cuatro familias que hoy son dueñas del negocio establecerán un pacto controlador que se quedará con el 71% de la compañía.

POR: LA SEGUNDA

martes, 19 de junio de 2012



La compañía de Víctor Möller (presidente), Alfonso Swett, Heriberto Urzúa y Germán Novión es N°1 en arándanos y arándanos orgánicos y N°2 en berries en el mundo

Foto FERNANDO HERRERA

MÁS NOTICIAS

- Costanera Center: Locales de Providencia acusan fuerte caída en ventas, pero esperan que sea sólo "efecto novedad"
- Subtel identifica primeros 122 territorios saturados de antenas de celulares
- Cuatro empresas participarían en remate por Campanario el próximo lunes
- AFP Capital nombra a Ricardo Mogrovejo como nuevo gerente de inversiones
- Más de 3.000 corredores de bolsa rendirán examen

Desde hace un par de meses que Hortifrut, la compañía exportadora de berries, trabajaba junto a la corredora de bolsa de Penta y Celfin Capital para colocar hasta el 29% de su propiedad en el mercado. Mañana a primera hora, la empresa ligada a Víctor Möller, Alfonso Swett, Heriberto Urzúa y Germán Novión, iniciará el road show en Chile y Estados Unidos. Durante las próximas tres semanas, ejecutivos de los bancos asesores y de la compañía tendrán más de 50 reuniones con la idea de materializar la apertura durante julio próximo.

Una vez que se concrete el proceso, las cuatro familias que hoy son dueñas del negocio establecerán un pacto controlador que se quedará con el 71% de la compañía. Bajo ese nuevo escenario, tendrán siete de los nueve directores.

Con los recursos que logren obtener de este proceso, que se calcula podrían llegar a los US\$75 millones, Hortifrut financiará su plan de inversiones para los próximos años. Éste, considera la expansión de nuevas variedades de berries entre las que están los arándanos y las frambuesas, la apertura de nuevos mercados en Asia y Latinoamérica, y de otros segmentos de negocios como los productos Ready to Eat (listo para comer), que ya abastecen a 14 mil restaurantes McDonald's en Estados Unidos con arándanos frescos.

Según el presidente de Hortifrut, Víctor Moller, la apertura representa una "gran oportunidad para los inversionistas".

"Hortifrut es una compañía líder, cuya gran fortaleza es la innovación", explicó el empresario respecto a la empresa que tiene presencia en 37 países, que comercializa más de 28 millones de kilos de berries al año, y que ha tenido ventas por US\$190 millones en los últimos 12 meses.

Agregó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que posee el más alto nivel de antioxidantes cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y que es apetecido por nuevos mercados".

Los bancos asesores de la operación aseguraron que la empresa se "encuentra en una posición inmejorable para capturar mercados que han crecido a tasas de dos dígitos en la última década", que "los berries son un producto de gran atractivo" y que hay un gran potencial en el mercado de los arándanos.

Retail Latin America

Informe de la empresa Hortifrut para inversionistas por la apertura en bolsa

Hortifrut espera recaudar US\$75 millones con apertura bursátil de hasta el 29% de la compañía

Publicado por Agustín Besoain Moreno 1:52 PM

La empresa, que iniciará mañana el road show, estima que la apertura en bolsa podría concretarse en julio.

por La Tercera

Hortifrut, empresa agroindustrial integrada, vinculada a las familias Moller, Swett, Novion y Urzúa, informó este martes que espera recaudar US\$75 millones con la apertura bursátil de hasta el 29% de la propiedad.

La empresa, que iniciará mañana el road show, que incluye inversionistas extranjeros, principalmente de Estados Unidos, estima que la apertura podría concretarse en julio, para lo cual está trabajando con Penta Corredores de Bolsa y Celfin Capital Corredores de Bolsa como agentes colocadores.

En la ocasión, informó además que para las próximas tres semanas tienen agendadas cerca de 50 reuniones con inversionistas.

El road show ampliado se realizará el miércoles 27 de junio.

El presidente de la compañía, Víctor Moller, indicó que "nuestra apertura en Bolsa representa una gran oportunidad para los inversionistas (...) Hortifrut ha estado presente en ambos hemisferios con toda la categoría de berries, las 52 semanas del año, gracias a un modelo de negocios único y exitoso que lo ha llevado a ser líder mundial en la industria".

En esa línea agregó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que es **superfood** (posee el más alto nivel de antioxidantes entre toda la fruta fresca a nivel mundial), cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y que es apetecido por nuevos mercados".

Con todo, la empresa explicó que los recursos obtenidos mediante la emisión, serán destinados a financiar su plan de inversiones para los próximos años, que considera la expansión de las nuevas variedades de berries (arándanos y frambuesas) y la apertura de nuevos mercados tanto a nivel geográfico, como de otros segmentos de negocios como el de **Foodservice** global.

Hortifrut: Los detalles de su apertura a la Bolsa y aumento de capital



+1 0

Enviar a un amigo

Imprimir | Volver

20 de Junio de 2012

Destinado a la masificación de nueva genética, apertura de mercados y desarrollo de productos con valor agregado.

La empresa chilena líder a nivel mundial en comercialización de **berries** Hortifrut, inició su proceso de apertura en la Bolsa, con un *road show* en Chile que comienza hoy y que considera una intensa agenda de reuniones durante las próximas tres semanas.

El *road show* ampliado se realizará el miércoles 27 de junio.

De esta forma la compañía se transforma en la primera empresa dentro de su categoría en abrirse a la Bolsa chilena y que ha generado el interés de inversionistas locales y extranjeros, fundamentalmente en Estados Unidos.

En la empresa califican la apertura como una "gran oportunidad" tanto para inversionistas como para productores. Víctor Moller, presidente de Hortifrut, destacó que "la compañía presenta un gran potencial de crecimiento pues comercializa un producto que es *superfood* y cuya demanda crece a altas tasas, con precios estables y que es apetecido por nuevos mercados".

Actualmente la conformación de Hortifrut es de la siguiente forma: 58,8% corresponde a la familia Moller, 18,3% a la familia Swett; 15,8% a la familia Novión; y 7,1% familia Urzúa. Después de la colocación quedará de la siguiente forma: 41,8% corresponderá a la familia Moller; 13% familia Swett; 11,2% familia Novión; y 5% familia Urzúa.

Detalles de la apertura



Hortifrut colocará en el mercado hasta un 29% de su propiedad, proceso en el que están trabajando junto con Penta Corredores S.A y Celfin Capital S.A, como agentes colocadores. La empresa confirmó que ofrecerán hasta 103 millones de nuevas acciones, las cuales se sumarán a las ya existentes (253 millones).

Se trata de un aumento de capital y de una estrategia que se estima recaudará alrededor de US\$75 millones y que serán destinados a financiar su plan de inversiones para los próximos años.

Nicolás Moller, gerente general de Hortifrut, destacó que los **berries** son uno de los productos más rentables tanto para consumidores por sus beneficios nutricionales como para el retail y por ello, la empresa

ha desarrollado un fuerte enfoque en el mejoramiento genético. Hoy los berries figuran entre las frutas y vegetales número uno en ventas.

El ejecutivo chileno detalló que parte de la recaudación estará destinada a la masificación de nuevas variedades de **berries** (fundamentalmente **frambuesas** y **arándanos**).

Moller enfatizó que se buscará además la apertura de nuevos mercados –principalmente en Asia y Latinoamérica– y el incremento de la capacidad productiva de productos con valor agregado, entre ellos la categoría *Ready to Eat*.



PORTAL FRUTICOLA.COM de fecha 20/06/2012

Cabe destacar que Hortifrut junto a sus socios en Norteamérica y a través de Naturipe Farms, abastecen los 14 mil locales de con McDonald's con arándanos frescos.

En esta línea la exportadora confirmó que se está trabajando en la construcción de una planta procesadora en Chile, la cual permitirá comercializar el formato *Ready to Eat* en el país a partir de la temporada 2012/13.

"Nuestra invitación es a invertir en una compañía líder mundial de una industria no representada actualmente en la Bolsa chilena y que se encuentra en una posición inmejorable para capturar mercados que han crecido a tasas de dos dígitos en la última década", comentó José Ignacio Zamorano, director de finanzas corporativas de Celfin Capital.

Por su parte, Víctor Moller señaló que "queremos tener una compañía abierta a la Bolsa y líquida porque la compañía no termina con esta inversión de US\$75 millones, tenemos la posibilidad de desarrollar la compañía mucho más allá, van a ver integraciones, crecimiento de consolidación, desarrollo en otros países".

Datos

Hortifrut tiene presencia comercial en 37 países con un modelo de negocios que ha integrado desde la genética hasta el cliente final. Es junto a sus asociados actualmente la comercializadora número uno en **arándanos** y **arándanos** orgánicos y número dos en **berries** en el mundo.

Durante los últimos 12 meses –a marzo de 2012– totalizó ventas por US\$190 millones, comercializando un volumen de más de 28 millones de kilos.

Cuenta con 30 centros de distribución en el mundo, abasteciendo a más de 400 clientes y trabajando con más de 700 productores en ambos hemisferios.

Noticia relacionada: Hortifrut abastece de arándanos frescos a McDonald's en EE.UU.

Hortifrut someterá a junta extraordinaria aumento de capital

Arándanos orgánicos y productos de valor agregado impulsan ganancias de Hortifrut

www.portalfruticola.com



Chilean berry leader Hortifrut to list on stock exchange

0

[Send to a friend](#)

[Print](#) | [Back](#)

June 20th, 2012

Last month Chilean berry company Hortifrut reached a deal to supply blueberries to 14,000 McDonalds restaurants through Naturipe Farms, while the business plans to reinforce its 'Ready to Eat' (RTE) technology with a processing plant in Chile this year. The business has bold plans to open up new markets in Asia and Latin America, but this takes capital, with the giant planning to list on the Santiago Bourse (IPSA) soon.

Hortifrut will sell off 29% of its ownership in a bid to raise capital by issuing more than 103 million shares, with plans to use the extra funds on investments such as the RTE technology, new blueberry and raspberry varieties, and opening up markets.

The company is working on the listing with Banco Penta and Celfin Capital, as it embarks on a three-week roadshow today that is hoped will raise US\$75 million.

Celfin Capital director of corporate finance José Ignacio Zamorano, said the move was a great opportunity for investors to have a stake in an industry that is currently not present on the stock exchange, with a leading global company that finds itself in a great position to capture markets that have shown double-digit growth over the last decade.



"Investments Hortifrut has worked on in breeding programs for varietal development position it as a company with a significant competitive advantage in the industry, allowing it to take advantage of interannual high price windows for blueberries and blackberries, as well as compete in raspberries, a market dominated by just one player," said Zamorano.

Banco Penta corporate finance director Raul Schmidt highlighted berries were a "very attractive product", with room for demand growth around the world.

"Consumption per capita of blueberries in the U.S. is 526 grams a year while in Europe it's just 82 grams, and in newer markets it's just 2 grams. This low consumption is due to the limited supply of the product, which represents a great growth opportunity for Hortifrut."

Hortifrut general manager Nicolás Moller said berries were one of the most profitable fruit categories for retailers, which is why the company has developed a strong focus on breeding programs.

"Our opening on the bourse represents a great opportunity for investors as Hortifrut is already a leading company whose great strength is innovation, which has allowed us to be present in both hemisphere with the whole berry category, 52 days a year, thanks to a unique and successful business model that has made us the global industry leader," added president Victor Moller.

Victor Moller said there could be opportunities for further capital raising in the future.

"We want to have an open and liquid company on the stock exchange because the company doesn't end with this investment of US\$75 million – we have the possibility to develop the company much more than that and there will be integrations, consolidation growth and developments in other countries."

Hortifrut has a trade presence in 37 countries with an integrated business model from breeding through to the end consumer. It is currently the biggest trader of blueberries and organic blueberries in the world, and number two in the overall berry category.

THE FRESH FRUIT PORTAL.COM de fecha 20/06/2012

In the 12 months to March 2012 the business recorded sales of US\$190 million, selling a volume of 28 million kg.

It has 30 distribution centers in the world, serving more than 400 customers and working with over 700 producers in both hemispheres. In March it registered 1,130ha of plantations.

The business maintains strategic alliances with Michigan Berry Growers, Naturipe Berry Growers, Mungers Farms and Atlantic Blue.

The Moller family is currently the biggest shareholder in the company with a 58% stake, followed by the Swett (18.3%), Novión (15.8%) and Urzúa (7.1%) families.

After the listing the Moller family will own 41.8%, the Swetts will own 13%, the Novión family will have an 11.2% stake and the Urzúas will have 5%.

Related stories: [Chilean blueberry sector should exploit 'ready to eat' concept](#)

[Hortifrut gains McDonald's blueberry deal](#)

www.freshfruitportal.com

PREVEN RECAUDAR US\$75 MILLONES

Hortifrut debutará en Bolsa en julio

La empresa frutícola Hortifrut controlada por las familias Moller, Swett, Novión y Urzúa anunció que su debut en bolsa se concretará en el mes de julio. La compañía detalló que abrirá el 29% de la propiedad con la emisión de cerca de 100 millones de acciones, operación con la cual esperan recaudar unos US\$ 75 millones. Reveló también que el road show se inicia hoy y que tienen previsto reuniones con unos 50 inversionistas principalmente en Chile, pero también en Estados Unidos.

Un antioxidante para la bolsa chilena.



Hortifrut, con 28 millones de kilos de berries frescos y ventas por más de 180 millones de dólares, es junto a sus asociados N°1 en el mundo en venta de arándanos y N°2 en berries, totalizando ventas por más de 550 millones de dólares.

Más de 25 años llevando berries frescos al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agentes Colocadores:

PENTA CORREDORES
DE BOLSA

celfincapital



Etapa 1



Todos los
Berries, a
todo el Mundo,
todos los días.



La fruta hace más de 25 años comercio
como un negocio hoy es una realidad.
Llevamos a los mercados
de NY, CA y NY2 en todas las
Ligas con sus productos a Europa,
Norteamérica, Asia, Brasil y Chile.
En 52 semanas del año.

www.hortifrut.com



Todos los
Berries, a
todo el Mundo,
todos los días.



La fruta hace más de 25 años comercio
como un negocio hoy es una realidad.
Llevamos a los mercados
de NY, CA y NY2 en todas las
Ligas con sus productos a Europa,
Norteamérica, Asia, Brasil y Chile.
En 52 semanas del año.

www.hortifrut.com



600 millones de
envases al año, con
marcas de Hortifrut,
llegan a hogares
en el mundo.



Hortifrut, por 25 millones de kilos
de berries frescos y vendidos por más
de 180 millones de dólares, es fruto
de las acciones de 171 socios
en todo el mundo y 172
empresas que trabajan para
llevarlos a los hogares de
más de 250 millones de personas.
Más de 25 años llevando berries
frescos al mundo.

www.hortifrut.com



Etapa 2



Un antioxidante para la bolsa chilena.



Hortifrut, con 28 millones de kilos de berries frescos y vendidos por más del 160 millones de dólares, es líder a nivel mundial. N°1 en el mundo en venta de arándanos y N°2 en berries. Cobrimos 100 ventas por más de 150 millones de dólares.

Más de 25 años llevando berries frescos al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Organizadora
PENT/ CORREDORES
DE BOLSAS | **celfincapital**

350 millones de norteamericanos piensan que comprar berries no es un gasto, es una inversión.



La berries con N°1 en ventas en Estados Unidos y Canadá con un 15.9% de todos los compras en frutas en los supermercados. Cada consumidor ingiere en la vida y replicado en el resto de las comunidades.

Más de 25 años llevando berries frescos al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Organizadora
PENT/ CORREDORES
DE BOLSAS | **celfincapital**

Si el mundo cree
que los capitales
chilenos sólo
se reconocen
por el cobre, que
comience a pensar
en berries.



Hortifrut, con 28 millones de kilos de berries frescas y vivitas por hora, es 1 de los mejores destinos de agro a sus asociados N°1 en el mundo en ventas de arándanos y N°2 en berries. Todo con estándares por más de 250 millones de dólares.

Más de 25 años llevando berries frescas al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Colocadora

PENT/ COMERCIO
DE BOLSAS

 celfincapital

Pocos saben
que la compañía
N°1 en el mundo
en venta de
arándanos orgánicos,
es chilena.



Hortifrut, la mayor sala exportadora en Chile en ventas de arándanos en el mundo y N°2 en berries. Llegó con alta conductividad a Europa, los mercados Asia, Brasil y Chile. Más de 25 años del agro.

Más de 25 años llevando berries frescas al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Colocadora

PENT/ COMERCIO
DE BOLSAS

 celfincapital

600 millones
de envases al
año, con marcas
de Hortifrut,
llegan a hogares
en el mundo.



Hortifrut, con 28 millones de socios de berries
frescos y ventas por más de 180 millones de dólares,
es junto a sus asociados N°1 en el mundo en venta
de arándanos y N°2 en berries, totalizando ventas
por más de 550 millones de dólares.

Más de 25 años llevando berries frescos al mundo



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Colocadora

PENT/ CORREDORES
DE BOLSA | **celfincapital**

Etapa 3



Pronto la bolsa será más dulce.



Apertura en Bolsa 5 de junio



Sea accionista de Hortifrut con 28 millones de kilos de berries frescos y ventas por más de 180 millones de dólares, es junto a sus asociados N°1 en el mundo en venta de arándanos y N°2 en berries, totalizando ventas por más de \$50 millones de dólares.

Más de 25 años llevando berries frescos al mundo.



Los invitamos a nuestra apertura
en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Agencia Locadora

PENT/ CORREDORES
DE BOLSA

 **celfincapital**