

SPECIAL | 2011

THE CLIPPER



THE JOURNAL FOR THE INTERNATIONAL TRADE IN
PROCESSED FOOD, DRIED FRUIT AND NUTS



CHILEAN COMPANIES- WORLD TOP SUPPLIERS

AgroPress
of Switzerland

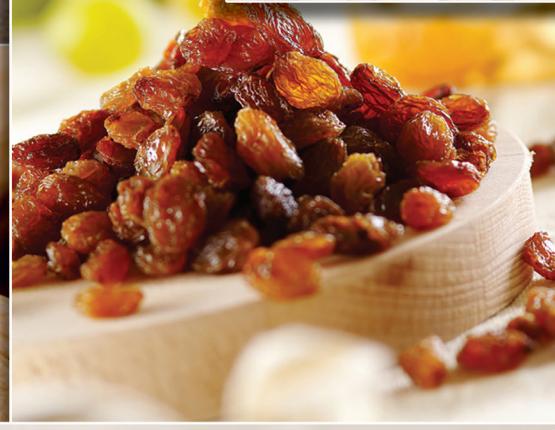
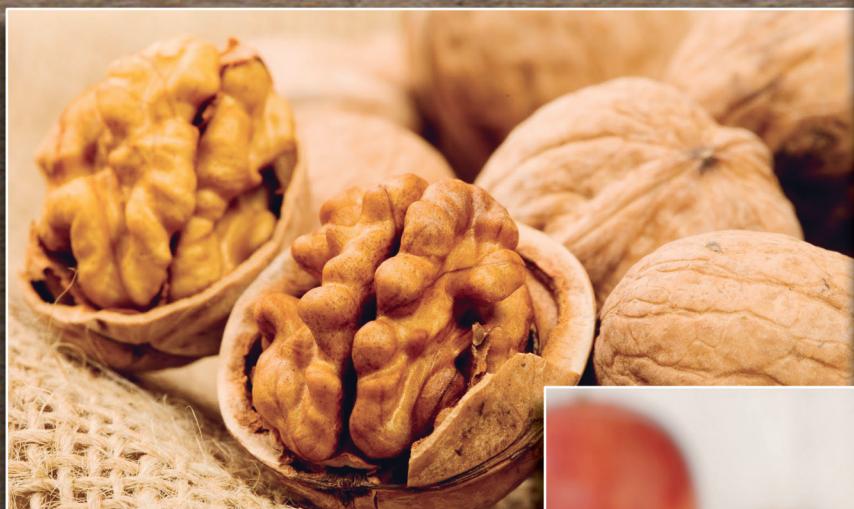
 Chilealimentos®
Chilean Food Industry Association

**Do you have multiple needs in dried and dehydrated products?
Theres only one way to it...**



Chilealimentos®
Chilean Food Industry Association

your one-stop source for the
best dried and dehydrated producers



- Agroceapia
- Sunsweet Chile
- Invertec Foods • Almeval
- Cambiaso • Puelche • Frutexsa
- David del Curto • Parmex • Surfrut
- Empacadora de Pasas de Exportación
- Deshidratados y Congelados Rancagua
- Dried Fruit Valley Spa • GVF Alimentos
- Conservera Los Angeles • Prunesco
- Exportadora y Servicios Rucaray
- Dragon Exportaciones
- Omni Nuts and Fruits
- Nevada Export



**Call Chilealimentos, the direct link with
best Chilean producers.**

www.chilealimentos.com

Chilean Food Industry Association
Av. Andrés Bello N° 2777, First Floor
Las Condes, Santiago, Chile
Phone: (56-2) 899 9600 -Fax: (56-2) 899 9619

THE NEXT GOAL OF THE CHILEAN INDUSTRY: “DISCOVER CHINA”

Alberto Montanari, President of Chilealimentos, talked to Gerhard H. Breuer, Editor of The Clipper

In another interview few years ago you told me that the focus of food exports was clearly on Europe. Has the preferred destination nowadays changed to Asia?

I would say China. We have a new platform called ‘FoodLinks’ which is earmarked to the business relationship Chile-China. But this new and very promising trade is coming forward at a rather slow pace. We are not doing any promotion yet. Individual companies are working on this market, but officially China has not been ‘discovered’.

Where do you see the most important stumbling blocks on the way to this thriving market?

Look, in my view the most important barrier is the extreme difference in cultures. And this boils down to the question: Which are the products we might offer the Chinese customers? What is their taste like? And – last but not least – we have the usual problems with bureaucracy and phytosanitary standards. You know that in Chile we are very much up to date with food standards, but in China things tend to be very difficult. Don’t forget the customs duties which are a considerable barrier to trade. I think that our quality standards are well accepted.

What is Chile doing for export promotion officially and individually through the companies?

First of all I would like to mention the exhibition programs. But the money available for these activities is not, how to say it, ‘abundant’. The amount for three years is US\$10 m. Let me just say: it’s nothing compared to Australia, Italy or Spain. The policy is that the industries have to look for themselves. The budget is – to say the least – very small. Just as an example: the



Alberto Montanari

EL PRÓXIMO OBJETIVO DE LA INDUSTRIA CHILENA: “DESCUBRIR CHINA”

Alberto Montanari, presidente de Chilealimentos, en una entrevista con Gerhard H. Breuer, editor de The Clipper

En otra entrevista, hace unos años, usted me dijo que el foco de las exportaciones de alimentos se centraba claramente en Europa. Hoy día, ¿el destino preferido es Asia?

Yo diría que China. Tenemos una nueva plataforma llamada “FoodLinks”, destinada a la relación comercial entre Chile y China. Pero este nuevo y muy prometedor

negocio avanza a un ritmo más bien lento. No estamos haciendo ninguna promoción todavía. Las empresas están trabajando en forma individual en este mercado, pero oficialmente China no ha sido “descubierta”.

¿Dónde ve usted las cortapisas más importantes en el camino hacia este próspero mercado?

Mire usted, en mi opinión, la barrera más importante es la gran diferencia entre las culturas. Y esto se reduce a la pregunta: ¿Cuáles son los productos que podríamos ofrecerles a los clientes chinos? ¿Cuáles son sus gustos? Y en último lugar, pero no por ello menos importante, tenemos los habit-

uales problemas con la burocracia y las normas fitosanitarias. Usted sabe que en Chile estamos muy al tanto de las normas alimentarias, pero en China las cosas tienden a ser muy difíciles. No se olvide de los aranceles, que son un obstáculo considerable para el comercio. Creo que nuestros estándares de calidad son bien aceptados.

¿Qué hace Chile, oficialmente y de forma individual a través de las compañías, para promocionar la exportación?

En primer lugar me gustaría nombrar los programas de ferias. Pero el dinero disponible para estas actividades no es, cómo decirlo, “abundante”. La cantidad para tres años es de 10 millones de dólares. Deje que le diga una



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

wine industry is asking for more financial means and they don't get that money easily. On the other hand – I may remind you – it is to the advantage of our country. It is taxpayers' money, after all. For the most important commodities subsidies just do not exist.

Which are the new initiatives of the industry to create new product lines or other ways to market products?

As the president of Chilealimentos I tell you: there are none. Companies in Chile work on their own. That is the way we are used to do it. Each company is following its own way of being creative with new product lines etc. However, we are working together in the

area of protecting the environment and human resources.

In the meantime the administration has changed. Has this new Government developed new policies to boost the agro industrial exports?

In general we do not see a change in policies. The framework has remained the same.

And the details?

Let's stay for a moment with the framework. The Government

remains with the same policies and activities in respect of our sector like participation in exhibitions, presentations, promotions. There is nothing entirely new or extraordinary.

To put it more clearly: Do you feel this Government is more business-friendly?

Not at the moment. In the first half year of 2011 we had to stand considerable budget cuts. But in general, again, the strategy is unchanged; some minor details have been changed so far. We are still rebuilding our infrastructure after the earthquake and this eats up quite a bunch of financial means. Consequently, there is slightly less money available for the programs for our industry.



sola cosa: no es nada en comparación con Australia, Italia o España. La política es que las industrias se tienen que buscar la vida por sí mismas. El presupuesto es muy pequeño. A modo de ejemplo: la industria del vino está pidiendo más medios financieros y no recibe ese dinero fácilmente. Por otro lado le recuerdo que esto se hace en beneficio de nuestro país. Es el dinero de los contribuyentes, después de todo. Para los productos más importantes las subvenciones simplemente no existen.

¿Cuáles son las nuevas iniciativas de la industria para crear nuevas líneas de productos u otras formas de comercializar los productos?

Como presidente de Chilealimentos le digo: no hay ninguna. Las empresas en Chile trabajan por su cuenta. Es la forma a la que estamos acostumbrados. Cada compañía sigue su propio camino al desarrollar nuevas líneas de productos, etc. Sin embargo, estamos trabajando juntos en el área de protección del medio ambiente y de recursos humanos.

Entretanto se ha producido un cambio de gobierno. ¿Este nuevo Gobierno ha desarrollado políticas para impulsar las exportaciones agroindustriales?

En general no vemos un cambio de política. El marco sigue siendo el mismo.

¿Y los detalles?

Quedémonos un momento con el marco. El Gobierno sigue con las mismas políticas y actividades relacionadas con nuestro sector, como la participación en exhibiciones y ferias. No hay nada nuevo o extraordinario.

Para decirlo más claramente: ¿Cree usted que este Gobierno es más favorable a las empresas?

Por el momento no. En el primer semestre de 2011 sufrimos unos considerables recortes de presupuesto. Pero, en general, una vez más, la estrategia no ha cambiado, y hasta la fecha, se han cambiado algunos detalles de menor importancia. Estamos reconstruyendo nuestra infraestructura tras el terremoto y eso agota buena parte de los medios financieros. En consecuencia, existe algo menos de dinero disponible para los programas de nuestra industria.

En 2008 usted pronosticó que las exportaciones de alimentos se duplicarían en cinco años. Teniendo en cuen-



Ugly.



Beautiful.

Ashlock Pitted® prunes are beautiful because ours is the only gentle, patented pit removal process that preserves the original unpitted prune's naturally beautiful shape and subtly delicious flavor, wrinkles and all. Our competition, on the other hand, seeks to alter the prune's shape and texture through a pitting process akin to cosmetic surgery! The last thing today's consumer wants is a more processed product, one that's only wrinkle-free because in removing the pit, the competition deforms and re-shapes the poor prune into something resembling a hockey puck! So we win the beauty contest, naturally, without ugly make-up and as a bonus, with extremely low pit counts, too. Visit www.ashlockco.com to learn more and determine which of our Ashlock Pitted processors to contact.

**Ashlock
Company**
Division of
Vistan Corporation



Ashlock Pitted. True. Honest. Real.



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

In 2008 you forecast that the exports of foodstuffs would be doubled in five years time. Considering the current events, is your industry on the way of reaching this goal?

Due to the world financial crisis the year 2009 does not look too attractive in the statistics. But the current year is showing a big boost in exports. We are estimating an increase of 15-20% and for the years to come 8 or 9%.

How about the human resources situation?

It is changing very fast. Actually we have full employment in the agricultural sector and the consequence is: we have to pay more for the jobs related with agriculture.

Is Chile loosing its competitive edge by that?

It depends which sector you are talking about. When you are comparing Chile with Peru, we are definitely working at higher labour costs: If we, however, compete with Italy or Australia or California, on the labour side of production we are still much cheaper.

ta los acontecimientos actuales, ¿logrará su industria alcanzar esta meta?

Debido a la crisis financiera mundial, el año 2009 no presenta gran atractivo en las estadísticas. Sin embargo, el año en curso muestra un gran impulso de las exportaciones. Calculamos un aumento de entre el 15 y el 20% y para los próximos años, del 8 ó 9%.

¿Cómo es la situación de los recursos humanos?

Está cambiando muy rápidamente. En la actualidad, en el sector agrario tenemos pleno empleo y como consecuencia de ello tenemos más gastos para los puestos de trabajo relacionados con la agricultura.

¿De esta manera Chile está perdiendo competitividad?

Depende del sector del que esté hablando. Si usted compara Chile con el Perú, sin duda trabajamos con mayores costos de mano de obra. Sin embargo, al competir con Italia, Australia o California seguimos siendo mucho más baratos en relación a la mano de obra.

Chile in the Global Ranking of Dried Fruit and Vegetables

	Product	Producto	Ranking
	Apple dried	Manzana deshidratada	Nº 1
	Prune	Ciruela deshidratada	Nº 2
	Walnut shelled	Nueces sin cáscara	Nº 2
	Walnut in shell	Nueces con cáscara	Nº 4
	Raisin	Pasas	Nº 3
	Almond in shell	Almendras con cáscara	Nº 5
	Almond shelled	Almendras sin cáscara	Nº 7
	Bell pepper	Pimentón	Nº 10



CALIFORNIA MARCA LA TENDENCIA

Uno de los días más emocionantes del año es el de la publicación de las proyecciones de la cosecha de almendras de California. Tanto la recolección como las proyecciones se retrasaron dos semanas. Cristian Manterola, de Parmex, Rancagua, Chile, explicó que la magnitud de la cosecha de almendras en California es decisiva para toda la industria mundial, y para Chile en particular.

CALIFORNIA SETS THE TREND

One of the most exciting days of the year is the release of the objective forecast of the California almond crop. Both the crop and the forecast were postponed by two weeks. Cristian Manterola of Parmex, Rancagua, Chile, explained that the size of the California almond crop was decisive for the whole industry all over the world, and Chile in particular.

“It will set the trend regarding prices”, he remarked, “first of all we register a good demand, secondly we are awaiting another huge crop from California. Our guesstimate is 1.8 billion pound (which all the way materialised) following 1.63 billion last year.

“Va a marcar la tendencia con respecto a los precios”, comentó, “en primer lugar se registra una buena demanda, en segundo lugar nos espera otra enorme cosecha de California. Nuestro cálculo aproximado es de 1.800 millones de libras después de 1.630 millones el año pasado. La demora implica que hay que utilizar el stock remanente del año pasado por otras dos semanas más y una presión adicional sobre los precios.” Parmex exporta el 70% de la producción como almendras procesadas y el resto en estado natural a

parmex
Process and Trading of Almonds
Almonds from Chile

Almond Varieties:

- Whole Almonds
- Blanched Almonds
- Almond Butter
- Almond Oil
- Almond Flour
- Almond Meal
- Almond Nibs
- Almond Shells
- Almond Husks

Contact Information:

Mail: cristian.manterola@parmex.cl
 Phone: 56 - 72 - 22 20 36 Fax: 56 - 72 - 22 14 54
 Diego de Almagro # 1793 - Rancagua - Chile

www.parmex.cl



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

The delay means that they have to use the carryover from last year for a fortnight more and extra pressure on prices." Parmex is exporting 70% of the total tonnage in processed almonds, the rest in natural state to Latin America, Spain to Germany and the Netherlands. "Currently we feel very comfortable with today's price level, as the farmers are very much satisfied. Of course farmers like high prices, but for us, as processors and exporters, high prices mean an additional high risk. Did you know that with that price level almonds are the cheapest of all tree nuts among pistachios, walnuts, hazelnuts?"

Parmex exports 2,700 t of almonds of 13,000 to 15,000 t for Chile in total compared with last years 9,000 to 10,000 t. "Our harvest starts in late February and continues through March and April. The carryover of California was 400,000 t in 2010. This year it comprises 250,000 t maximum. This helps to trigger the demand."

The total area for almonds in Chile is stable, no way increasing. "The problem is that there is quite a small piece of land where almond production is feasible. This producing area is about 500 km long, from Ovalle to Rancagua, about the length of the almond area in the Central Valley in California. In Chile almonds are competing in this area with walnuts and with all kinds of fresh fruits. We don't have new and bigger plantations." The quality of the nut is the same in California and Chile. The humidity factor is a bit higher and so is the oil content. In California they are working with 4% of humidity. "When we make quotations the basis is US Extra No. 1, while in California the basis is "Supreme", a somewhat lower quality standard."

Compared with California wages are still lower. "We are paying something like US\$17 per day in terms of cost for the company including social contributions. In the USA the salary is US\$5 per hour. What is hurting us severely is the very high cost of energy. The situation is dramatic because there are price hikes year by year."



Cristian Manterola

Hispanoamérica, España, Alemania y Holanda. "Realmente nos encontramos bien con el nivel actual de precios, ya que los agricultores están muy satisfechos. Por supuesto que a los agricultores les gustan los precios altos, pero para nosotros como procesadores y exportadores, los altos precios significan un alto riesgo adicional. ¿Sabía usted que a este nivel de precios las almendras son las más baratas de todos los frutos secos, entre pistachos, nueces y avellanas?"

Parmex exporta 2.700 ton de almendras, de un total de embarques chilenos de entre 13.000 ton y 15.000 ton. El año pasado esta cifra se situaba entre 9.000 ton y 10.000 ton. "Nuestra cosecha comienza a finales de febrero y continúa hasta marzo y abril. En 2010, los remanentes de California alcanzaron 400.000 t. Este año se espera un máximo de 250.000 toneladas. Esto ayuda a activar la demanda."

La superficie total de almendros en Chile es estable, sin posibilidades de aumentarla. "El problema está en que existe una pequeña zona donde poder llevar a cabo la producción de almendras. Esta zona de producción tiene unos 500 km de largo, desde Ovalle a Rancagua, aproximadamente la extensión de la zona de almendra del Valle Central de California. En Chile, las almendras compiten en el área con nueces y distintos tipos de fruta fresca. No tenemos nuevas y mayores plantaciones." La calidad del fruto es la misma en California y en Chile. El factor de humedad es algo mayor y también lo es el contenido en aceites. En California trabajan con un 4% de humedad. "Nuestro punto de referencia es la calidad

que en los EE. UU. se conoce como Extra Nº 1, mientras que en California la base es 'Supreme', un estándar de calidad algo inferior."

En comparación con California, los salarios siguen siendo inferiores. "Estamos pagando alrededor de 17 USD al día en términos de costo para la empresa, incluyendo las cotizaciones en seguridad social. En los EE. UU. el salario es de 5 USD por hora. Lo que nos está perjudicando gravemente es el alto costo de la energía. La situación es dramática, porque los precios aumentan año tras año."



Mauricio Villate Allegro

FROM THE HEART OF THE VALLEY

In the heart of the fruit growing area of the Aconcagua valley there is a sprawling industry of grape drying companies: Allegro.

One of the most long standing members of this sector is Allegro, processor and exporter of dried fruit in San Felipe. Mauricio Villate Allegro, General Manager of Allegro and Profusec (Procesadora de Frutas Secas) is the third generation of owners. "Our main product is raisins with an export volume of 3,000 t. We also send 100 t of Chandler and Serr walnuts to the world markets as well as 100 t of almonds of the Californian type." The company is buying most of the raisins required from farmers, but they also farm some walnuts and almonds on their own. The processing plant is HACCP certified and supplies markets in the USA and Europe. Says Villate: "We stick to our motto 'reliable information, swift supplies and high quality' (información, rapidez, calidad)."

DESDE EL CORAZÓN DEL VALLE

En el corazón de la zona frutícola del valle del Aconcagua existe una industria de uvas pasas en expansión: Allegro.

Uno de los miembros más antiguos de este sector es Allegro, procesador y exportador de fruta deshidratada, con sede en San Felipe. Mauricio Villate Allegro, director general de Allegro y Profusec (Procesadora de Frutas Secas) representa la tercera generación de propietarios. "Nuestro producto principal son las pasas, con un volumen de exportación de 3.000 ton. También enviamos 100 toneladas de nueces de nogal de las variedades Chandler y Serr a los mercados mundiales, así como 100 toneladas de almendras de tipo californiano." La compañía compra la mayor parte de las uvas que necesita para la producción de pasas a otros productores, pero cultiva por su cuenta algunas nueces y almendras. La planta de procesamiento ha sido certificada según HACCP y provee mercados en los EE.UU. y Europa. Cuenta Villate: "Seguimos nuestro lema 'información, rapidez, calidad'."

OVER 40 YEARS OF QUALITY SERVICE AND TRUST



www.frutasecallegro.cl


Exportadora de Frutas Secas Chile S.A.



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

SPECIALISTS FOR RAISINS AND PRUNES

In general the story of dried plums in Chile is very positive. However in terms of prices, the last three years have been quite difficult for Chilean growers. New plantings have stopped and existing growers have begun to consider other farming options. Gustavo Palma Kitzing, Director of Sunsweet Chile and Sales Manager of GPK Chile S.A., says this is because world demand stays at 250,000 mt whereas global prune acreage can produce 280,000 mt. The raisin story is quite different, says Matias Campos Santa María, director of Sunny Silvestre, one of the major processors and exporters of raisins. Raisin growers are experiencing extraordinarily high prices.

In Argentina prune producers face serious problems. If climatic conditions were ideal, this country would have the same prune production potential as Chile. However, inconsistent weather and consistent damage from hail means Argentina produces highly variable crops. Consequently, production forecasts have to be revised again and again. This leads to inconsistent market prices. Palma says Argentina has more or less 4 difficult crops for every 1 good crop. When this good crop comes, there are not established markets and customers for their fruit so prices are lowered and prune growers globally suffer.

Sunsweet Chile is a subsidiary company of Sunsweet Growers in the USA. "Now we are exporting from here to many countries in the world", Gustavo Palma Kitzing says. "That has not been the case before, as we sent everything we produced to the USA and they exported it. Regarding raisins, we have been producing raisins for many years. In 2004 we made an agreement with Sunsweet to produce and market dried



Matias Campos Santa María and Gustavo Palma Kitzing



ESPECIALISTAS EN UVAS PASAS Y CIRUELAS SECAS

En general, la historia de las ciruelas secas en Chile es muy positiva. Sin embargo, en términos de precios, los últimos tres años han sido bastante difícil para los productores chilenos. Se han suspendido nuevas plantaciones y los productores existentes han empezado a considerar otras opciones de cultivo. Gustavo Palma Kitzing, director de Sunsweet Chile y director de ventas de GPK Chile SA dice que esto se debe a que la demanda mundial se mantiene en 250.000 toneladas, mientras que la superficie mundial es capaz de producir 280.000 toneladas. La historia de la uva pasa es muy diferente, dice Matías Campos Santa María, director de Sunny Silvestre, uno de los principales procesadores y exportadores de uvas pasas. Los productores de pasas están experimentando unos precios extraordinariamente altos.

En la Argentina, los productores de ciruela se enfrentan a graves problemas. Si las condiciones climáticas fueran ideales, este país tendría el mismo potencial de producción de ciruelas que Chile. Sin embargo, el clima inconsistente y el consecuente daño debido

al granizo significa que las cosechas producidas por la Argentina varían mucho. Por tanto, las proyecciones de producción tienen que ser revisadas una y otra vez. Esto conduce a unos precios de mercado inconsistentes.

Palma dice que la Argentina cuenta con alrededor de cuatro cosechas difíciles por una buena. Cuando se produce una buena cosecha, no hay mercados establecidos y clientes para su fruta, de manera que los precios tienden a la baja y los productores de ciruelas sufren a nivel mundial.

plums as well. Since 2004 we are in prunes as Sunsweet Chile and in raisins as ‘Sunny Silvestre.’” Palma explained that “we only export dried plums under the Sunsweet brand when the fruit is pitted using Sunsweet’s patented pitting process.

The pitting processes used by other processors have a failure rate of 1:400, meaning that roughly 1 from 400 prunes remains unpitted. The Sunsweet pitting process on the other hand routinely achieves failure rates from 1:2,500 prunes up to 1:50,000 prunes for high specification customers. Sunsweet’s investment in Chile has come in three steps. The first step was to buy 40 ha of land. That happened in 2005. The second step was to build the drying facilities and a big warehouse that was completed in 2009. Since that time, we’ve dried plums, then sized and graded them, but we’ve had to rely on other service providers to tenderize, pit and pack into bulk shipping cases. Now,” Palma reports “Sunsweet has invested in the third step of its Chilean plan by investing another US\$1.5 m for a processing and pitting line. With the new production line in place and the ability to control quality from the orchard to the shipping case, Sunsweet expects their export vol-

Sunsweet Chile es una empresa filial de Productores de Sunsweet, de los EE.UU. “Ahora estamos exportando desde aquí a muchos países del mundo”, dice Gustavo Palma Kitzing. “Éste no era el caso antes, puesto que enviábamos todo lo que producíamos a los EE.UU. y ello lo exportaban. En cuanto a las uvas pasas, hemos estado produciendo este producto durante muchos años. En 2004 llegamos a un acuerdo con Sunsweet para producir y comercializar también ciruelas secas.

Desde 2004 producimos ciruelas con el nombre de Sunsweet Chile y uvas pasas como ‘Sunny Silvestre.’” Palma explicó que sólo exportan ciruelas secas bajo la marca Sunsweet si la fruta ha sido deshuesada mediante el procedimiento de deshuesado patentado por Sunsweet. Los procedimientos de deshuesado utilizados por otros procesadores resultan en una ciruela seca desecharada por cada 400 (1:400). Por el contrario, el procedimiento de Sunsweet logra por regla general una relación de una por cada 2.500 ciruelas secas (1:2.500) hasta una por cada 50.000 ciruelas (1:50.000) para clientes de altas exigencias. La inversión de Sunsweet en Chile se ha producido en tres





SUNSWEET QUALITY CHILEAN PRUNES

PREMIUM CHILEAN WHOLE AND PITTED
PRUNES, FROM BITE SIZED TO EXTRA LARGE!

VISIT US AT

ANUGA 2011

HALL 3.1

FINE FOODS

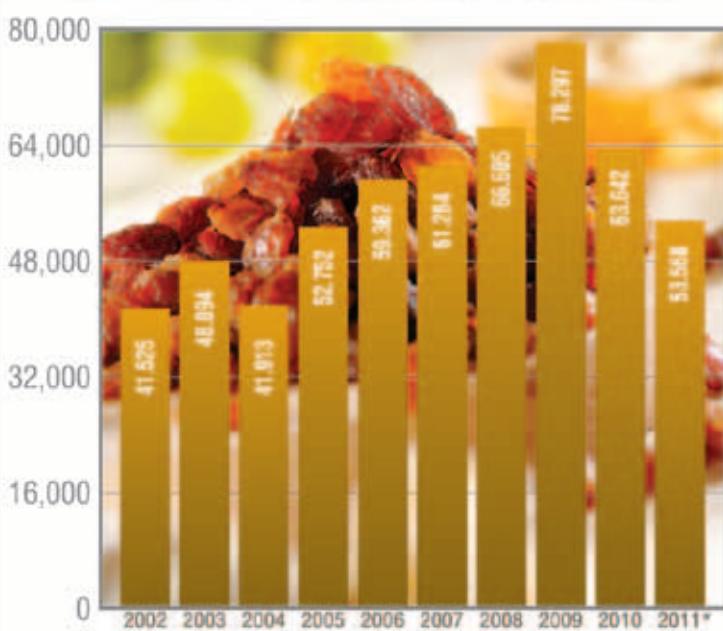
STAND C2

Don Carlos 2939 Of. 506, Las Condes, Santiago, Chile, CP 755-0171 Phone: +56 2 335 1168, Fax: +56 2 335 1170 • email: info@gpkchile.com www.gpkchile.com



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

Chilean Dried Grape Exports (tonnes)



Source: Chilealimentos - Odepa | (*) = Projection

ume to more than triple in the next four to five years.” The raisin business in Sunny Silvestre is in the range of 10,000 to 12,000 t for exports. The past year for marketing raisins, Matias Campos Santa María, director of Sunny Silvestre, said, was very complicated and “we experienced very high-price levels. The crop was down by 30%, because we had suffered a cold winter and some late frosts and – do not forget – the effects of the recent earthquake. The farmers after the earthquake preferred to sell the fruit to wineries instead of drying it due to less complicated handling and favourable pricing. This is because in some cases the same grape varieties are used for both wine and for raisins. In normal years grape farmers produce table grapes for human consumption. Then when the season for table grapes is over, the farmer has different options: for juice, for wine and raisins. The farmers are going for the best price and the less complicated handling, which is the wine option.”

Matias Campos says The production has risen by 25,000 t in ten years to 70,000 t nowadays. “We are producing a big raisin, but the world market prefers the small ones, because these dried fruits are used for bakery. The other major producers are supplying the medium sizes. On the other hand, the cereal market like the big and sweet fruits for muesli mixes.” Sunny Silvestre’s export volume will be around 1,300 t less than in 2010, and Chile lost some customers because prices were too high.

pasos. El primer paso fue comprar 40 hectáreas de terreno. Eso ocurrió en 2005. El segundo paso fue la construcción de instalaciones de secado y un gran almacén que se terminó en 2009. Desde entonces, han deshidratado ciruelas, agrupándolas después según tamaño y clasificación, pero han tenido que recurrir a otros proveedores de servicios para ablandarlas y empacarlas en cajas de transporte a granel. Ahora, Palma informa de que Sunsweet ha dado comienzo a la tercera etapa de su plan para Chile invirtiendo otro 1,5 millón de dólares para una línea de procesamiento y deshuesado. Con la nueva línea de producción en marcha y la capacidad de control de calidad desde el huerto hasta la caja de envío, Sunsweet espera que su volumen de exportación se multiplique por más de tres en los próximos cuatro a cinco años.

El negocio de la uva pasa en Sunny Silvestre se encuentra en un orden de magnitud de entre 10.000 a 12.000 toneladas para la exportación. Según cuenta Matías Campos Santa María, director de Sunny Silvestre, el año pasado fue muy difícil para la comercialización de pasas y “tuvimos unos niveles de precios muy altos. La cosecha se redujo en un 30%, debido a que tuvimos un invierno frío y algunas heladas tardías, sin olvidar los efectos del reciente terremoto. Después del terremoto, los agricultores prefirieron vender la fruta a las bodegas en lugar de secarla por el manejo menos complicado y los precios favorables. Esto es así porque en algunos casos, las variedades de uva utilizadas para la vinificación y la producción de pasas son las mismas. En años normales, los viticultores producen uvas de mesa para el consumo fresco. Luego, cuando la temporada de la uva de mesa ha llegado a su fin, al productor se le prestan diferentes opciones: jugo, vino y pasas. Los agricultores optan por el mejor precio y el manejo menos complicado, que es la opción del vino.

Matías Campos dice que en diez año, la producción chilena ha aumentado de 25.000 toneladas a las 70.000 t en la actualidad. “Estamos produciendo una uva pasa de gran tamaño, pero el mercado mundial la prefiere más pequeña, ya que esta fruta deshidratada se utiliza en repostería. Los otros productores principales suministran los tamaños medianos. Por otro lado está el mercado de cereales que prefiere fruta grande y dulce para las mezclas de muesli.” El volumen de exportación de Sunny Silvestre será alrededor de 1.300 ton por debajo de la cantidad de 2010, y Chile perdió algunos clientes porque los precios eran demasiado altos.



TASTEFUL PRODUCTS FOR EXPORT

Agropodex, Renca/Santiago, has been in the market for fifty years. The family company started with legumes and switched to dried fruit like almonds, raisins and prunes. They export dried fruits and nuts to 50 countries around the world with an export share of 70% of total sales volume.

As Marcelo Batarce Mufdi pointed out the company has a good reputation as a supplier of the most tasteful products. The most important products are raisins which are delivered to Germany, Great Britain and other European countries, besides Latin American markets like Peru and Colombia.



Marcelo Batarce Mufdi

PRODUCTOS DE BUEN GUSTO PARA LA EXPORTACIÓN

Agropodex, Renca/Santiago, ha estado en el mercado durante 50 años. La compañía familiar comenzó trabajando las legumbres y luego se expandió a los frutos secos tales como las almendras, pasas y ciruelas. La compañía exporta frutos secos y nueces a 50 países alrededor del mundo, significando el 70% de la facturación.

Como lo señaló Marcelo Batarce Mufdi, la empresa tiene una gran reputación como proveedor de productos de buen sabor. Uno de los productos más importantes son las pasas, exportadas a Alemania, Gran Bretaña y otros países europeos y latinoamericanos como Perú y Colombia. La compañía tiene dos divisiones principales: exportación; Agropodex Internacional, y venta en el mercado local de todo tipo de comestibles, mayoritariamente legumbres como las lentejas y vari-



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

The company has two main divisions: exports – Agroprodex Internacional – and national distribution of all kinds of foodstuff, mostly legumes like lentils and some kinds of beans, general grocery, spices, etc. The buyers of their export items are mostly importers, distributors and wholesalers. In most countries of destination the company has representatives.

Raisins are sourced in the north, from Copiapó, Ovalle and La Serena. In general they receive the fresh raw material from the farms with the exception of prunes. These are supplied by the farmers in dried form and sold pitted or un-pitted in 10 kg boxes. Grapes for raisins like Flames and Thompson Seedless are supplied in fresh state by the farmers. Golden raisins are dried mechanically, whereas the other grades are sun-dried in the area of production. Regarding organic dried fruit and nuts, Batarce says that production prices for these kinds of products are relatively high in Chile. On the other hand, these prices are not acceptable in most countries of destination because the markets will require organic products in the near future.

os tipos de porotos, abarrotes en general, condimentos etc. Los compradores de los productos exportados son en su mayoría importadores, distribuidores y comerciantes mayoristas. Agroprodex tiene representantes en la mayoría de los países de destino. Las pasas provienen del norte de Chile, específicamente de las ciudades de Copiapó, Ovalle y La Serena.

Por lo general, se reciben los productos frescos desde la granja a excepción de las ciruelas que son enviadas por los agricultores ya secas y se venden con y sin carozo en cajas de 10 kilos. La uva para pasas tipo Flame y Thompson sin pepas son entregas frescas por los agricultores. Las pasas Golden son secadas mecánicamente mientras que las demás uvas son secadas al sol en el lugar de producción. Respecto a los frutos secos orgánicos y las nueces, Batarce señala que el costo de producción para ese tipo de productos es relativamente alto en Chile. Por otro lado, estos precios no son aceptados en la mayoría de los países de destino, situación que se está reinventando, ya que los mercados requerirán productos orgánicos para el futuro.

**agroprodex®
INTERNACIONAL S.A.**

Taste Is Our Field

Almonds Almendras

Raisins Pasas

Walnuts Nueces

Prunes Ciruelas

Av. Senador Jaime Guzmán Errázuriz 3180
Renca - Santiago - Chile
Phone: (56-2) 654 2800
exporta@agroprodex.cl
www.agroprodex.cl

SWEET DRIED CRANBERRIES: THE FUTURE ,KINGS' OF THE PRODUCT LINE?

The cranberry market is in the middle of a big change, because the demand is changing. During the fifties and the sixties the cranberry was used mainly for cranberry sauce which was served solely on two days of the year: Thanksgiving and Christmas. During the nineties the health benefits of the cranberry juice were promoted.

Fernando Casari, Commercial manager of Cran Chile:

"When we look at the cranberry use twenty years ago, the demand was concentrated on juice. It was the main driver of the business. Now we see the advent of the sweetened dried cranberries. It's moving forward in such a dramatic way that the big players in the industry are establishing new factories to cope with the ever increasing demand. The sweetened dried cranberries are competing with raisins and other products which can be eaten as dried fruit. The taste is very good – and the red colour is very attractive. The Asian markets especially appreciate this intensive red colour." Due to this overwhelming increase, cranberry juice is becoming a kind of by-product. It is no longer the 'king' of the product line. Casari says that the total world tonnage of sweetened dried cranberries is around 250 million pounds (113,000 t).

Demand for cranberry juice was limited to the USA, UK and Australia, but the dried cranberry is a product of global importance. Fernando Casari told the reporter that he just came back from Korea. The US product is already there, but Chile has a huge competitive advantage: "We have the best free trade agreement with Korea. The product can enter the country free of all customs duties and taxes." It's a sellers' market after all: If we can increase our capacity two or three times of what we have today, we could sell even this huge volume".

Cran Chile is a private company owned by some North American families. They are the founders. Cran Chile is the only one of its kind in Chile, and the biggest grower of cranberries in the world. There is a US company that



Fernando Casari

CRANBERRIES DESHIDRATADOS DULCES: ¿FUTUROS 'REYES' DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS?

El mercado de cranberries se encuentra en medio de una gran transformación porque la demanda está cambiando. Durante los años cincuenta y sesenta, el cranberry se utilizaba principalmente en la elaboración de salsa, servida únicamente en dos días del año: Acción de Gracias y Navidad. Durante los años noventa se promovieron los beneficios del jugo de cranberries.

Fernando Casari, gerente comercial de Cran Chile: "Si miramos con atención el uso del cranberry hace veinte años, constatamos que la demanda se centraba en el jugo. Ése era el principal impulsor del negocio. Ahora presenciamos la llegada de los cranberries deshidratados dulces. El avance se realiza de manera tan vertiginosa que los grandes operadores de la industria están estableciendo nuevas fábricas para hacer frente a la demanda cada vez más creciente. Este producto compite con las uvas pasas y otros productos comestibles como fruta deshidratadas. El sabor es muy bueno y el color rojo es muy atractivo. Los mercados asiáticos aprecian particularmente este color rojo intenso." Debido a este incremento acel-





THE CLIPPER CHILE SPECIAL

is bigger in total volume, but this cooperative is made up by 1,000 individual farmers. The production is located 1,000 km south of Santiago, in an area called Lanco, between Temuco and Valdivia. It is the gateway to Patagonia. Cran Chile has two product lines: cranberry juice concentrate and sweetened dried cranberries (30% of total turnover).

Growing cranberries needs special climatic and soil conditions. In the early 1990s, one of the founders came to Chile with the first vines, and it took ten years to learn how to grow this plant. "We are a fast-learning company". The initial investment to change a regular farm into a cranberry farm is huge. The plant is an earth runner, like a small strawberry plant. The plants grow in big pools called bogs, because they are harvested by floating the fruit. In fact the harvest is done by pumps sucking the water and the fruit. The company is an industrial supplier for some of the biggest global players in the juice world. In the sweetened dried cranberries business Cran Chile sells to the bakery industry, salters, packers and trail mixes (muesli) producers. Cran Chile does not have a retail brand, never competes with the customers.

erado su jugo se está convirtiendo en una especie de subproducto. Ya no es el 'rey' de la línea de productos. Casari dice que la producción total mundial de cranberries deshidratados dulces se sitúa alrededor de 250 millones de libras (113.000 ton).

La demanda de jugo se limitaba a los EE. UU., el Reino Unido y Australia, pero los cranberries deshidratados dulces son un producto de importancia mundial. Fernando Casari señaló que acababa de regresar de Corea. El producto estadounidense ya está presente allá, pero Chile tiene una enorme ventaja competitiva: "Tenemos el mejor acuerdo de libre comercio con Corea. El producto puede entrar al país libre de aranceles e impuestos." Después de todo es un mercado de vendedores: "Si pudiéramos multiplicar nuestra capacidad de lo que tenemos hoy por dos o tres podríamos vender incluso ese gran volumen." Cran Chile es una empresa privada propiedad de algunas familias de América del Norte. Ellas son las fundadoras.

Cran Chile es la única empresa de este tipo en Chile y el mayor productor de cranberries del mundo. Existe una empresa estadounidense que es más grande en cuanto a su volumen total, pero es una cooperativa que está integrada por 1.000 agricultores. La producción está situada a 1.000 km al sur de Santiago, en una zona conocida como Lanco, entre Temuco y Valdivia. Es la puerta de entrada a la Patagonia. Cran Chile tiene dos líneas de productos: el jugo concentrado y los cranberries deshidratados dulces (30% de las ventas totales).

El cultivo de cranberries tiene necesidades especiales en cuanto a condiciones climáticas y suelo. A comienzo de los años noventa, uno de los fundadores llegó a Chile con las primeras cepas y se tardaron diez años en aprender a cultivar esta planta. "Somos una empresa de rápido aprendizaje." La inversión inicial para llevar a cabo el cambio de un predio tradicional a uno de cranberries es enorme. La planta es una planta rastrera, al igual que una pequeña planta de fresa. Las plantas crecen en grandes charcas llamados pantanos, porque la cosecha se realiza inundándolos, saliendo la fruta a flote. De hecho se recolecta por medio de bombas que succionan el agua y la fruta.

La compañía es un proveedor industrial de algunos de los mayores operadores del mundo en el campo del jugo. En el negocio de los cranberries deshidratados dulces, el producto va a la industria de la repostería, productores de tentempiés salados, empacadores y productores de mezclas de muesli.

Taste Our Products
Sweetened Dried Cranberries
Berry Juice Concentrates

CRAN CHILE

The future of cranberries

More info:
info@cranchile.com
www.cranchile.com

IMAGE BUILDING AND PROMOTION ON A WORLDWIDE SCALE

Interview with Félix de Vicente, Director of ProChile

The disadvantage of Chile is its geographical location, which needs a very smart management of marketing and logistics to get products right to the market. Has the global promotional network of ProChile helped in this respect?

I would mention instead Chile's advantages in food production, which are many: geographical isolation, climate diversity, low prevalence of pest and disease, technical skills, and above all, the ability of Chilean producers to quickly address the needs of end consumers. Distance to distribution centres is no longer a factor, as greenhouse gas (GHG) emissions coming from transportation of our products are substantially lower than emissions from goods produced and sold in Europe. ProChile itself has moved to neutralize the carbon footprint of Chilean emissions attending leading food and wine shows. These efforts are in line with the overall goal of reducing the impact of Chilean exports on climate change.

Which in general are the tools your organisation is able to use to stabilise and develop existing markets and exploring new outlets for your products?

These market objectives are addressed in partnership with the private sector and the tools used for each vary. For example, when exploring new markets, we conduct a thorough review of a wide range of relevant information, including local laws and taxation, distribution chains, competition, pricing, and distribution logistics, to name a few. If results warrant, a fact-finding mission follows. If the mission report is favourable, then we review a range of options, including taking part in trade shows, contacting importers, and other initiatives directly designed to identify new business opportunities.



Félix de Vicente

CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN Y PROMOCIÓN A ESCALA MUNDIAL

Entrevista con Félix de Vicente, director de ProChile

La desventaja de Chile es su ubicación geográfica, por lo que necesita un manejo muy inteligente del marketing y de la logística para obtener productos adecuados al mercado. ¿La red mundial de promoción ProChile ha ayudado en este sentido?

En lugar de ello quisiera mencionar las ventajas de Chile en la producción de alimentos, que son muchas: el aislamiento geográfico, la diversidad del clima, la baja presencia de plagas y enfermedades, los conocimientos técnicos y, por encima de todo, la capacidad de los productores chilenos para hacer frente rápidamente a las necesidades de los consumidores finales.

La distancia a los centros de distribución ya no es un factor, puesto que la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) procedentes del transporte de nuestros productos es sustancialmente inferior a las emisiones de las mercancías producidas y vendidas en Europa. ProChile se ha propuesto neutralizar la huella de carbono de las emisiones chilenas asistiendo a las principales muestras de alimentos y vinos. Estos esfuerzos están en línea con el objetivo general de reducir el impacto de las exportaciones chilenas en el cambio climático.

¿Cuáles son, en general, las herramientas que su organización es capaz de usar para estabilizar y desarrollar los mercados existentes y explorar nuevos mercados para sus productos?

Estos objetivos de mercado se abordan en asociación con el sector privado y las herramientas utilizadas varían según el mercado. Por ejemplo, al explorar nuevos mercados, llevamos a cabo una revisión exhaustiva de una amplia gama de información relevante, incluyendo la legislación y los impuestos locales, las cadenas de distribución, competencia, precios y logística



THE CLIPPER CHILE SPECIAL



Which are the projects actually under way to increase food exports?

ProChile has a range of instruments designed to help food and drink producers promote, increase, and improve exports. These include attending international trade shows, the Chilean Wine Tour and Tasting Event program, the Flavors of Chile, the Forestry, Livestock and Agriculture Grants Program, and the Sector Brand Competition. By the end of 2011 ProChile will have hosted national pavilions in twenty of the largest food and drink trade shows held across North and South America, Europe, Asia, and the Middle East.

How is ProChile proactive to remove barriers of trade?

ProChile is an agency under the Directorate General for International Economic Relations (Direcon) of the Ministry of Foreign Affairs. The ProChile role is promoting the export of goods and services. Addressing barriers to trade is the purview of the Direcon Trade Negotiations Department. This requires close coordination with Chilean industry, local regulatory agencies and the ProChile network of worldwide trade offices, all of which help us stay on top of emerging trade barriers and quickly review and propose solutions.

For the last few years ProChile together with the Foreign Ministry has been launching an image building

de distribución, por citar algunos elementos. Si los resultados lo justifican, se emprende una misión de prospección. Si el informe de la misión es favorable, se revisan entonces una serie de opciones, incluida la participación en ferias, la toma de contacto con importadores y otras iniciativas diseñadas con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de negocio.

¿Cuáles son los proyectos concretamente en marcha para mejorar las exportaciones de alimentos?

ProChile dispone de una amplia gama de instrumentos diseñados para ayudar a los productores de alimentos y bebidas a promover, incrementar y mejorar las exportaciones. Éstos incluyen la asistencia a ferias comerciales internacionales, el Programa de Muestra y Cata de Vinos, Sabores de Chile, el Programa de Bebidas para Silvicultura, Ganadería y Agricultura, el Concurso de Marcas Sectoriales. A finales de 2011, ProChile habrá presentado pabellones nacionales en veinte de las mayores muestras comerciales de alimentos y bebidas celebradas en Norteamérica y América del Sur, Europa, Asia y Medio Oriente.

¿Qué actividad desarrolla ProChile para eliminar los obstáculos al comercio?

ProChile es un organismo dependiente de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon) del Ministerio de Relaciones Exteriores.

campaign. Please elaborate on the measures taken in this respect and the results so far?

Over the past five years, Chile has been spearheading a major positioning effort abroad under the motto "Chile Is good for you". As ProChile, we have focused on showcasing the attributes of Chilean exports across markets, with special emphasis on reaching importers, trade writers, economic agents, and business people in general.

After the successful rescue of the mine workers an extremely positive image of Chile was created as being most professional and efficient. Did that assist you in your efforts to improve the image of your country?

There is little doubt that the successful rescue operation played a major role in enhancing our image abroad, especially since the story and its poignant ending were followed by millions around the world. The rescue helped our export promotion efforts in the sense that it earned Chile increased empathy, a higher profile, and a name for doing things right -- factors we can now highlight across markets. For example, we tell people that behind our food exporting success there is a story of quality, efficiency, responsibility, and careful management. This tells importers and consumers that they can trust the Chilean products they buy. The miners' rescue has certainly lent additional credence to our highlighting these attributes.



El papel de ProChile es el de promover la exportación de bienes y servicios. El ámbito del Departamento de Negociaciones Comerciales de Direcon es abordar los obstáculos al comercio. Esto requiere una estrecha coordinación con la industria chilena, las agencias reguladoras locales y la red global de oficinas comerciales de ProChile. Todo ello nos ayudará a mantenernos por encima de las barreras comerciales que surgen y revisar y proponer soluciones rápidamente.

En los últimos años, ProChile, conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores, ha lanzado una campaña de construcción de imagen. ¿Podría darnos detalles sobre las medidas adoptadas a este respecto y los resultados obtenidos hasta ahora?

En los últimos cinco años, Chile ha encabezado un gran esfuerzo de posicionamiento en el extranjero bajo el lema "Chile es bueno para ti". Desde ProChile nos hemos centrado en exhibir los atributos de las exportaciones chilenas en los mercados, procurando especialmente llegar a los importadores, periodistas especializados, agentes económicos y gente de negocios en general.

Después del exitoso rescate de los mineros se creó una imagen muy positiva de Chile como país profesional y eficiente. ¿Eso le ayudará en sus esfuerzos para mejorar la imagen de su país?

No hay lugar a duda de que la exitosa operación de rescate jugó un papel importante en la mejora de nuestra imagen en el exterior, especialmente debido a que la historia y su conmovedor desenlace fueron seguidos por millones de personas alrededor del mundo. El rescate ayudó a nuestros esfuerzos de promoción de exportaciones en el sentido de que Chile se ganó mayor empatía, un perfil más elevado, y la fama de hacer las cosas bien - factores que ahora podemos resaltar en todos los mercados. Por ejemplo, podemos decirle a la gente que detrás de nuestro éxito en la exportación de alimentos hay una historia de calidad, eficacia, responsabilidad y gestión cuidadosa. Esto le sugiere a los importadores y consumidores que pueden confiar en los productos chilenos que compran. El rescate de los mineros, sin duda alguna, ha contribuido a dar más credibilidad al momento de destacar estos atributos.



Pure origin...

clear water sources, pristine skies, South America's sweetest almonds

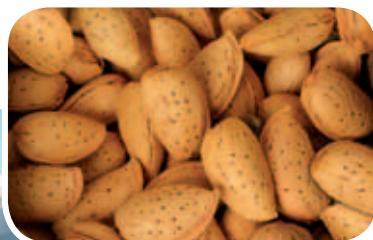


Prodalmen

CHILE

Since 1964, cultivating in our own fields
South America's sweetest almonds.

- Integrated production process.
- Almonds with shell or without shell.



CERTIFICATIONS

BPA - GMP - HACCP

Agrícola Prodalmen Ltda. | Fundo Challay Alto, Santa Marta Culitrín, Paine, Chile | Casilla 263, Correo Buin | Phone: (56-2) 821 5583 / 5584 | ahasbun@prodalmen.cl

No Foreign Matter
No Extraneous Vegetative Matter
No Discolorations

Trusted and long-standing partnership with
the Chilean processing industry.

Visys offers a full range of sorting equipment:
Laser, Optical, Color and X-ray sorters,
covering almost every sorting need.

To reserve your privileged demo,
contact our headquarters

www.visyssorting.com

**Nobody buys a sorter
without consulting Visys!**

VISYS nv

Kiewitstraat 242, B-3500 Hasselt, Belgium
T +32 (0)11 24 91 91, F +32 (0)11 24 91 99
info@visysglobal.com, www.visysglobal.com

©Visys nv. All rights reserved. Specifications, further details, terms and conditions are subject to change. Not all products are available in all countries. Please consult the corporate headquarters for further details.

BASED ON MUTUAL TRUST

"Prodalmen was founded in 1963 when my grandfather retired from the textile industry and bought this farm, which was already planted with almonds."

He founded the first almond cooperative in Chile, bringing new equipment from California, which was unique back in the sixties. He brought nuts from other growers and processed them", Andrés Hasbún, Director of Prodalmen, recalls.

"Now we have 100 ha planted. We are replicating the model of my grandfather with different growers. They send us the almonds, we hull them, clean them and send them out for exports. I would call it a business relation based on trust. Most of them are business professionals. They don't have the time to take care of their orchards." Prodalmen processes 25 t/day or 1,000 t a year to semi-finished products. "Our export volume is currently 450 t, additionally we are supplying the local chocolate manufacturers."



Andrés Hasbún

"Prodalmen se fundó en 1963, cuando mi abuelo se retiró de la industria textil y compró este predio, que ya estaba plantado con almendros."

"Fundó la primera cooperativa de almendras de Chile, trayendo nuevos equipos de California, lo que fue un hecho único en aquellos tiempos de los años sesenta. Buscó frutos secos de otros productores y los procesó", recuerda Andrés Hasbún, director de Prodalmen.

"Ahora tenemos 100 hectáreas plantadas. Seguimos el modelo de mi abuelo con diferentes productores. Ellos nos envían las almendras, nosotros nos encargamos del descascarado y limpieza antes de exportarlas. Yo diría que es una relación de negocios basada en la confianza. La mayoría de ellos son profesionales de negocios. No tienen el tiempo para cuidar de sus huertos." Prodal-

men procesa 25 ton / día o 1.000 toneladas anuales de productos semielaborados. "Nuestro volumen de exportación actual es de 450 ton; además, realizamos suministros a los fabricantes locales de chocolate."





THE CLIPPER CHILE SPECIAL



Antonio Aguirre

NEW PROCESSING PLANT

In December 2011, just in time for the 2011/12 prune season the new processing plant of Maipofoods will be operational.

Antonio Aguirre, director, shows the plant under construction: „This project is aimed to another enhancement of the quality we are exporting, as the whole procedure is now under our control. We are looking forward with excitement to the start of this brand-new facility.“ Whereas the plant area is 6 ha, the first step building will be 4,000 m², followed by a second step building of 1,200 m². The equipment consists of six Ashlock pitters and state-of-the-art sorting machines. Maipofoods was established in 2010 and supplies customers in Europe, the Middle East and Latin America. Aguirre pointed out that although prunes are the mainstream of exports, there will be added other dried fruit and nuts to the line of products for export markets.

NUEVA PLANTA DE PROCESAMIENTO

En diciembre de 2011, justo a tiempo para la temporada 2011/12, entrará en funcionamiento la nueva planta de procesamiento de Maipofoods.

Antonio Aguirre, director, muestra la planta en construcción: “Este proyecto se realiza con el objetivo de mejorar la calidad que exportamos, puesto que todo el procedimiento está ahora bajo nuestro control. Esperamos con entusiasmo el estreno de esta instalación nueva.” Mientras que la superficie de producción comprende seis hectáreas, la fábrica cuenta 1.200 m² en un recinto total de 4.000 m². El equipo consta de seis deshuesadoras Ashlock y máquinas clasificadoras de última generación. Maipofoods se estableció en 2010 y realiza entregas a clientes en Europa, Oriente Medio e Hispanoamérica. Aguirre señaló que a pesar de que las ciruelas deshidratadas constituyen el principal producto de exportación, hay que añadir otras frutas deshidratadas y nueces a la línea de productos para los mercados de exportación.

Maipofoods
Premium Quality Fruit

Dried Prunes
From Chile To The World

MAIPOFOODS S.A. - CHILE
Tel: +56 2 869 6061
sales@maipofoods.com | www.maipofoods.com

WELL EQUIPPED FOR THE WORLD MARKET OF RAISINS

Andes Quality, located in San Felipe, Chile is a joint-venture between a Chilean company and their customers in the USA, J.F. Braun and Sons, Inc. The new factory has been in production for the first full year now.



Pedro Mendive, general manager

"With the old factory we have been in the raisin business for the last 20 years. The new installation allowed us to improve the layout", Pedro Mendive, Gerente General, explains. The market situation is difficult because as a consequence of a poor season in California as well as South Africa, prices are very high, at a level of 2,500 to 2,600 US\$/t instead of 1,500-1,700. "A very good volume and a nice quality were obviously an ideal precondition for a good season, but with prices at such a level, marketing is like a nightmare, but our clients are loyal and repeating their orders", Mendive says.

The plant, well equipped with state-of-the-art machinery like laser sorters, X-Ray equipment, metal detectors, etc., has a capacity of 15,000 t, of which 10,000 are already in use. "Andes Quality has excellent long lasting relationships with many grape growers. We go there with our workers and harvest the fruits for drying. The raisin industry in Chile depends on the leftovers of the fresh table grape exports on the whole range from Copiapó to San Fernando. We take the

BIEN EQUIPADOS PARA EL MERCADO MUNDIAL DE PASAS

Andes Quality, con sede en San Felipe, Chile, es un joint-venture entre una empresa chilena y su cliente en los EE. UU., JF Braun and Sons, Inc. La nueva fábrica está en producción por primera vez del año completo.

"Con la antigua fábrica hemos estado en el negocio de la pasa durante los últimos 20 años, lo que nos ha permitido mejorar el diseño y corregir los sistemas", explica Pedro Mendive, gerente general. La situación del mercado es difícil, porque como consecuencia de una mala temporada en California, así como en Sudáfrica, los precios son muy altos, a nivel de 2.500 a 2.600 USD/ton en lugar de 1.500-1.700. "Un volumen muy bueno y una buena calidad fueron obviamente una condición ideal para una buena temporada, pero con los precios a estos niveles, el marketing se convierte en una pesadilla, aunque nuestros clientes son fieles y repiten sus pedidos", cuenta Mendive. La planta, equipada con maquinaria de última generación como clasificadoras láser, equipos de rayos X, detectores de metales, etc., tiene una capacidad de 15.000 ton, aprovechando en la actualidad 10.000 ton. Andes Quality tiene una excelente y duradera relación con los productores de uva a los que acudimos con nuestros trabajadores para cosechar fruta para el secado. "La industria de la pasa en Chile depende de los excedentes de las exportaciones de uva de mesa fresca, desde Copiapó a San Fernando. Obtenemos la fruta, como materia prima, cuando el racimo es demasiado pequeño o la coloración no satisface las exigencias para la exportación en fresco. Éste es el sistema en Chile, a diferencia de Sudáfrica, California o Turquía, donde los agricultores cultivan uvas exclusivamente para el secado." Pedro





THE CLIPPER CHILE SPECIAL

fruit as raw material if the bunch is too small or colouration is not up to export standards. In Chile that's the system, unlike in South Africa, California or Turkey, where the farmers grow grapes exclusively for drying." Pedro Mendive explains that "due to our certifications, we are only allowed to process raisins in this brand new factory. We could build another factory for prunes here, but nut products such as almonds, walnuts, peanuts are not allowed because of allergen contamination. You know that some nuts are allergenic products and to process these together with our raisins is absolutely forbidden. Our customers have audited our plant and are pleased to confirm that we are very rigorous with our food safety policies.

We have HACCP Certification in place and are now applying for BRC Certification. Both standards do not allow allergenic nuts close to our factory. The buyers of raisins are mainly in the USA, in Germany, in the Netherlands, and in Great Britain as well and now, we are opening markets in the Far East. 700 km south there is a factory for pulses, some kinds of beans and lupins for export, which belong to the same group."

Mendive explica que debido a sus certificaciones en esta nueva fábrica sólo se permite el procesamiento de pasas. "Podríamos construir aquí otra fábrica para las ciruelas deshidratadas, pero no se permiten productos de frutos secos como almendras, nueces o maní debido a la contaminación con alérgenos. Usted sabe que algunos frutos secos son productos alergénicos, y está rotundamente prohibido procesar éstos junto con nuestras uvas pasas. Nuestros clientes han auditado nuestra planta y se complacen en confirmar que ponemos mucho interés en nuestra política de seguridad alimentaria. Disponemos de la certificación HACCP y estamos solicitando la certificación BRC. Ambas normas no permiten nueces alergénicas cerca de nuestra fábrica.

Los clientes de uvas pasas se encuentran principalmente en los EE. UU., Alemania, Holanda y también el Reino Unido, y ahora estamos abriendo mercados en Lejano Oriente. 700 km al sur existe otra planta que procesa legumbres, algunas especies de habas y altramujes para la exportación, que pertenece al mismo grupo.



High Technology to Obtain High Quality Raisins



Los Militares 4251, Las Condes. Santiago - Chile. Phone: (56-2) 783 5700 Fax: (56-2) 783 57 25
andesquality@agrachile.com - www.andesquality.cl

ONE OF THE BIGGEST PRUNE PRODUCERS IN THE COUNTRY

With 1,000 ha of plum orchards in the regions of Rancagua, Melpilla y Lolol Super Fruit is the one of the biggest single prune producers in Chile.

In 1986 Super Fruit entered the fruit production business. The new company, known as Super Fruit, was engaged in the production, processing and export of fresh fruit. As Diego Palacios Cruz, commercial Manager of Super Fruit (dried division), pointed out, the company is exporting 1,5 million boxes of kiwifruit, grapes, stone fruit, avocados, citrus fruit and apples to more than twenty countries in the world. In 1992 the company started producing dried fruit and has now a processing capacity of 6,500 t of prunes, walnuts and almonds. As Palacios emphasized the volume will increase to 12,000 t over the next few years.



UNO DE LOS MAYORES PRODUCTORES DE CIRUELA EN EL PAÍS

Con plantaciones de 1.000 hectáreas en las zonas de Rancagua, Melpilla y Lolol, Super Fruit es actualmente uno de los mayores productores de ciruelas secas en Chile.

En 1986, Super Fruit ingresó en la producción de fruta. La nueva compañía orientó su trabajo a la producción, procesamiento y exportación de fruta fresca. Hoy la compañía exporta 1,5 millón de cajas de kiwi, uva, variedades de frutas con carozo, palta, cítricos y manzanas, como destaca Diego Palacios Cruz, Gerente Comercial Super Fruit de la división deshidratado. En el año 1992, Super Fruit comenzó a producir fruta seca. Hoy tiene una capacidad de procesamiento anual de 6.500 ton, distribuidas en ciruelas, nueces y almendras. La producción está en permanente crecimiento. Se estima elevar el volumen de producción a 12.000 ton en los próximos años.



Above and beyond your expectation

- **Vertical Integration/Traceability**

We are growers, packers and exporters. All fruits produced by Superfruit come from our orchards and are processed in our plant.

- **Our Team**

We have a wonderful human group who participate in every production stage of the fruit business. With their professional training, strong moral values and hard work, they make us proud of our achievements and give us confidence to confront new challenges every day

- **Service Quality**

We strive to meet our clients needs by being flexible whenever is possible and having a high standard on our Customer Service.

- **Innovation and Technology**

Our facility is one of the most modern in Latin America and it was specially designed to differentiate the process stages ensuring the greatest quality at all times.

- **Certifications**

Superfruit hold BRC, Global G.A.P and HACCP certifications.

Camino Vecinal N°124 Población Santa Cristina, Lo Miranda, Chile.
Phone: (56) 72 207572 Fax: (56) 72 207573, Email: superfruit@superfruit.cl, www.superfruit.cl





THE CLIPPER CHILE SPECIAL

TAPPING THE VALUE-ADDED CHAIN

Interview with Juan Eduardo Laso, GVF Alimentos, Las Condes/San Felipe

As we know, you are, together with Luis Alberto Díaz Ochoa, a partner in GVF. What is new about you, is your new post of president of the Comité de Pasas of Chilealimentos. How come?

I have quite a long history with the dried fruit industry and its organisations, some time ago it was Fepach (Federación para productos elaborados de Chile). In 2008 my partner and myself founded GVF. Within my engagement with Chilealimentos the Government has asked for some studies on technical aspects as microbiology, more specifically to adjust our standards here in Chile to the requirements of the world trade, like Codex Alimentarius. Luis Diaz, my partner, has been a Chilealimentos representative in this task and I am very glad to report that the former and the current Governments have always listened to our advice and requests. We have made quite a good team with the government officials. In the technical field, QC and food safety, my partner has more than 24 years of experience in the dried fruits and dehydrated vegetables business. For the Chilealimentos raisins committee, this year's main tasks will be:

- a) 2011 International Seedless Dried Grape Producing Countries Conference to be held in Chile on October 14.
- b) 2011 Chilean Raisins Seminar to be held on October 20.



APROVECHAR LA CADENA DE VALOR AGREGADO

Entrevista con Juan Eduardo Laso, GVF Alimentos, Las Condes/San Felipe

Como sabemos, usted es, junto con Luis Alberto Díaz Ochoa, socio de GVF. ¿Qué cuenta de nuevo? ¿Cómo llegó a su nuevo cargo de presidente del Comité de Pasas de Chilealimentos?

A la industria de fruta deshidratada y sus organizaciones me une una larga historia; hace algún tiempo se trataba de Fepach (Federación de Procesadores de Alimentos y Agroindustriales de Chile). En 2008, mi socio y yo fundamos GVF. Dentro de mi compromiso con Chilealimentos, el Gobierno ha pedido algunos informes acerca de aspectos técnicos, para ajustar nuestras normas locales a las necesidades del comercio mundial. Luis Díaz, mi socio, ha estado representando a Chilealimentos en esta tarea. como el actual gobierno siempre han escuchado nuestros consejos y peticiones. En el campo técnico, control de calidad y seguridad alimentaria, mi socio tiene más de 24 años de experiencia en el negocio de frutas y hortalizas deshidratadas. Las principales tareas son las siguientes

- a) La Conferencia Internacional de Países Productores de Pasas 2011 (2011 International Seedless Dried Grape Producing Countries Conference), que se celebrará en Chile el 14 de octubre.
- b) El Seminario Chileno de Pasas, que se celebrará el 20 de octubre.

ZERO TOLERANCE, OUR BEST GUARANTEE
Dried or dehydrated fruit and vegetables READY TO USE

GVF Alimentos

Las Torcasas 50 Las Condes, Santiago, Chile · Tel.: (56-2) 9181585 · Mail: jeiaso@gvfalimentos.cl

How about GVF Alimentos, your company?

In general, it's a very positive story. Last year, due to the devaluation of the US dollar against the Chilean Peso and a poor or small Chilean production, the second half of the year was very tough. We were fortunate to have some customers who were big enough to back us up in difficult times. This year – it's not finished – we will have sales of 1,500-2,000 t, moneywise US\$4 to 5 m, almost doubling sales in comparison to last year. During 2008 and 2009 we concentrated on supplying added value, whereas in 2010 we grew up more regular. We are working together with a prune producer and an export company so we expect to grow on this item too. Currently, we are exporting to France, Germany, Japan, Canada. Also we keep on going with the dehydrated berry project where blueberries and goldenberries are our main products. In Latin America we notice increasing sales to Uruguay, Peru and to Colombia. In total we are aiming to grow up to 4,000 t maximum over a four year period. Also, due to the fact that we have state-of-the-art-technology (X-ray and laser sorters) we have opened the company to offer processing services, we think we should grow on this field too.

You mentioned the added value products. What products are these?

We macerate raisins with rum to be used in ice cream or for confectionary. For handling these products with rum, you need special know how. You have to know how strong the rum should be and for how long. It is a funny story, but we have sold a very special raisin of this kind – to Jamaica. For these types of product we need a raisin which is much better as grade A. In grade A you are allowed to have a very small percentage – of course – of capstems, stems and other foreign material. For the added value products we need a pure raisin, and we have to process it several times. Big multinational companies are paying extra to receive a product 'ready to use'. Last but not least, our second product in the value added range is the zero-tolerance fruit, but not macerated in rum. It is the natural raisin without any foreign material for immediate use and 'ready to go'. Also, as mentioned before, we have counted a lot on the dehydrated berry business where we see a very good potential due to the antioxidant power they have. For this project we are working not only in Chile but in Colombia and Costa Rica as well.



Luis Alberto Díaz Ochoa

¿Qué hay de su compañía GVF Alimentos?

En general es una historia muy positiva. El año pasado, debido a la devaluación del dólar estadounidense frente al peso chileno y a una pequeña producción chilena, el segundo semestre fue muy duro. Por el contrario, este año el negocio se está moviendo de una forma excelente. Este año - que aún no ha terminado - tendremos unas ventas de entre 1,500 y 2.000 ton, por un valor de entre cuatro y cinco millones de dólares, casi el doble de ventas comparado con el año pasado. Durante 2008 y 2009 nos centramos en entregar valor agregado, mientras que en 2010 crecimos de manera más regular. Estamos trabajando juntos con un productor de ciruelas deshidratadas y una empresa exportadora, de manera que esperamos crecer también en cuanto este tema. Actualmente exportamos a Francia, Alemania, Japón y Canadá. También seguimos adelante con el proyecto de berries deshidratados dentro del cual los arándanos y las uchuvas son nuestros principales productos. Siempre estamos buscando nuevos productos para añadirlos a nuestra lista de productos. En Hispanoamérica registramos un aumento de ventas en Uruguay, Perú y Colombia. En total, nuestro objetivo es crecer hasta un máximo de 4,000 ton dentro de un período de cuatro años.

Usted ha nombrado los productos de valor agregado. ¿De qué productos se trata?

Maceramos pasas en ron para su uso en helados o repostería. Para el manejo de estos productos a base de ron se requieren conocimientos especiales.

En la categoría A está permitido un porcentaje, por supuesto muy pequeño, de tallos y otros materiales extraños. Para los productos de valor agregado necesitamos una pasa pura y tenemos que procesarla varias veces. Grandes empresas multinacionales pagan un precio adicional para recibir un producto "listo para el uso". Este movimiento hacia valor agregado forma parte de la estrategia de nuestra empresa. En último lugar, pero no por ello menos importante, nuestro segundo producto en el ámbito de valor agregado es la fruta de tolerancia cero, pero no macerado en ron. Se trata de una pasa natural sin ningún tipo de material extraño para su uso inmediato y "lista para salir". Además, como ya dije antes, hemos considerado mucho el negocio de los berries deshidratados donde vemos un potencial muy bueno debido al efecto antioxidante que poseen. Para este proyecto estamos trabajando no sólo en Chile sino también en Colombia y Costa Rica.



SUCCESSFUL STORIES IN OPENING NEW MARKETS FOR PRUNES

Héctor Claro, Managing Director of Prunesco, a 70 year old Co. dedicated to processing and export of prunes and related products, looks at the Chilean offering of the product in the world markets with certain doubts. Too many small exporters, in a world where brands and confidence of customers in their suppliers are difficult to set. More difficult will be if customers see 80 different companies offering from Chile. Association between exporters or takeover of smaller companies is seen as a solution. Chilean prune industry has a responsibility once it passed the US and became the biggest exporter in the world, and we must work as a national team to maintain the actual position.



Héctor Claro

To increase world consumption, we can get funds from the government for promotion, but it is our mission to create the projects and campaigns. This is not the traditional way of doing things in Chile, as we are very individualist, but I am sure the prune industry can revert this way of thinking. APECS the Chilean prune exporters association, is an example that together we can build the right tools to achieve this goals. We already have done promotions in the far east putting the name of the country as a brand "dried plums from Chile". Many other projects have been done in conjunction, like certain quality controls that are good for the whole industry and guarantee better products for all our customers.

HISTORIAS EXITOSAS EN LA APERTURA DE NUEVOS MERCADOS PARA CIRUELAS SECAS

Héctor Claro, gerente general de Prunesco, una compañía con 70 años de antigüedad dedicada a la elaboración y exportación de ciruelas secas y productos relacionados, analiza la oferta chilena en los mercados mundiales con cierto recato. Hay demasiados pequeños exportadores en un mundo donde las marcas y la confianza de los clientes en sus proveedores son difíciles de establecer. Más difícil todavía será si los clientes ven más de 80 empresas diferentes que ofrecen desde Chile. Como solución puede considerarse la asociación entre exportadores o la absorción de las empresas más pequeñas. La industria chilena de la ciruela seca tiene una responsabilidad, después de entrar en el mercado de los EE. UU. y convertirse en el mayor exportador del mundo. Hay que trabajar como un equipo nacional para mantener la posición actual.

Con el fin de aumentar el consumo mundial, podemos conseguir fondos gubernamentales para la promoción, pero es nuestra misión crear los proyectos y campañas. Ésta no es la forma tradicional de hacer las cosas en Chile, puesto que somos muy individualistas, pero estoy seguro de que la industria es capaz de cambiar esta forma de pensar. La asociación de procesadores y exportadores de ciruelas secas es un ejemplo de que juntos podemos construir las herramientas adecuadas para lograr este objetivo. Ya hemos hecho promociones en Lejano Oriente estableciendo el nombre del país como marca: "ciruelas secas chilenas". Muchos otros proyectos se han realizado de forma conjunta, como ciertos controles de calidad, positivos para la totalidad del sector y garantía de mejores productos para todos nuestros clientes.

Este año, el volumen de producción alcanza unos niveles similares a la demanda mundial, y los excesos de existencias están desapareciendo. Así que pienso que próximamente el nivel de precios actual debe pasar a formar parte de la historia. Todo lo que necesitamos para nuestros productores son precios que vuelvan a convertir los números rojos en números positivos. En el entorno actual se encuentran muy próximos al punto de inflexión, y como consecuencia de ello probablemente se abandonen algunos huertos, aquí y en otros países productores. Tenemos que conseguir para ellos un rendimiento más estable e ingresos razonables.

By this year, the volume of production is getting similar to the world's demand, and overstocks are disappearing. So my view is that actual price level should become part of the history in the near future. All we need is to have prices for our growers that bring their numbers back from red to blue. In the actual range, they are very near the break even point, and as a consequence probably some orchards will be pulled out, here and in other production countries. We have to get a more stable and reasonable return for them.

Prunesco, the company that is wholly owned by prune growers, is working hard on development of new products for industrial use in cooperation with University of Santiago. On the traditional snack and gourmet industry we are focused on changing the image of prunes as a product for younger and healthy people, due the excellent properties prunes have. As Clipper reported time ago, we sponsored the UK team in the Patagonia Expedition Race, an extreme adventure race, which they won for three years in a row. Sports people ask a lot about our product when they hear of this relation. This is the way we want to position our product, people knowing the health benefits of it. All this efforts take long to see results, but our experience says that if we are consistent, we are sure results will come.

Three years ago, our board had the vision to focus our sales team on the far east markets and position our brands there, specially in China, reported Pedro Monti, Marketing Manager. During all this time we frequently visited possible customers, attended food fairs but

Prunesco, una compañía íntegramente propiedad de los productores de ciruela seca, está trabajando fuerte en el desarrollo de nuevos productos para uso industrial, en colaboración con la Universidad de Santiago. En la industria tradicional de snack y 'gourmet' nos centramos en cambiar la imagen de las ciruelas pasas como un producto para gente joven y sana, resaltando las excelentes propiedades de las ciruelas. Como hace algún tiempo informó 'Clipper', patrocinamos el equipo del Reino Unido en la Patagonian Expedition Race, una carrera de aventura extrema que dicho equipo ganó por tres años consecutivos. Los deportistas hacen muchas preguntas acerca de nuestro producto cuando se enteran de esta relación. Ésta es la forma en la que queremos posicionar nuestro producto, que la gente conozca sus beneficios para la salud. Todos estos esfuerzos necesitan mucho tiempo para lograr resultados, pero nuestra experiencia nos dice que si somos perseverantes, estamos seguros de que los resultados no se harán esperar.

Según contó Pedro Monti, gerente de marketing, hace tres años nuestro directorio tuvo la visión de centrar nuestro equipo de ventas en los mercados de Lejano Oriente y posicionar nuestras marcas allí, particularmente en China. Durante todo este tiempo hemos visitado asiduamente a los posibles clientes y asistido a ferias de alimentos, pero sin vender nunca una ciruela. Después de eso, participamos en la delegación de nuestro gobierno encargada de negociar el acuerdo para el protocolo fitosanitario que ha hecho posible nuestras exportaciones. Esto se logró en





THE CLIPPER CHILE SPECIAL

never sold a prune. After that, we participated in our governments' delegation that negotiated the agreement for the phytosanitary protocol that made possible our exports. This was achieved in just 6 months of negotiation, which demonstrates the compromise of the government with our activity. One month after the approval by the China's authority, we were shipping to China because they already knew us. In this same way, step by step, our company has increased our shipments from 50 to 58 countries, developing in every place a long term relation with the customers that give new opportunities for our growers' fruit.

As the owners of Prunesco are growers, we have a strong relation with them and our agronomists advise them in their productions. This also benefits the quality assurance of our products as we may control the farming of the orchards. In this area we work with the advisory of the University of Chile, who introduced this cultivar in Chile 110 years ago, and the target of this program is to produce what our customers need in the most efficient way. As you see, all our activities are focused on the two ends of the rope, on one side the growers and on the other of course the consumers.

sólo seis meses de negociaciones, lo que demuestra el compromiso del gobierno con nuestra actividad. Un mes después de la aprobación por las autoridades chinas fuimos enviados a este país porque allí ya nos conocían. De esta misma manera, paso a paso, nuestra empresa ha aumentado el número de países que reciben envíos nuestros de 50 a 58, estableciendo en cada lugar una relación a largo plazo con los clientes, ofreciendo nuevas oportunidades a la fruta de nuestros productores.

Puesto que los propietarios de Prunesco son productores, tenemos una estrecha relación con ellos y nuestros ingenieros agrónomos los aconsejan en su producción. Esto también es favorable para la garantía de la calidad de nuestros productos, ya que podemos controlar el cultivo de los huertos. En esta área colaboramos con los asesores de la Universidad de Chile, que introdujo esta variedad en Chile hace 110 años; el objetivo de este programa es producir lo que necesitan nuestros clientes lo más eficaz posible. Como puede ver, todas nuestras actividades se centran en ambos extremos de la cadena, por un lado los agricultores y por el otro, por supuesto, los consumidores.

Would you like these delicacies?



info@bestsorting.com
www.bestsorting.com

As a world leader in the sorting industry we acknowledge the importance of qualitative processing and sorting systems. Since the reputation of our customers depends on the productivity and accuracy of our technologies, we heavily invest in R&D. By offering cost-effective and state-of-the-art sorting solutions, we do not only support your success, but together we also meet the increasing demands of the consumer. Are you interested in a free demonstration during which you can test the efficiency of our optical sorters with your own products? Then visit our website or contact us directly.

THE RISING STAR IN A GREEN ENVIRONMENT

Omni Nuts & Fruits: what is a 'green building'? It saves a lot: 50% of water, it has an extremely low carbon footprint, uses recyclable construction materials and is highly efficient in energy.

The new facility of Omni Nuts & Fruits close to the International Airport of Santiago, Chile, is certified under the LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) program as a 'green building'. Amir Arjmand, director of Omni Nuts & Fruits : "We are using energy with the highest possible efficiency, we are preserving the environment, we are masters in recycling materials and we are educating our personnel about environmental issues." The new facility matches with these requirements: good connections to public transportation, needed services are nearby, enough green spaces, processing of precipitation, recommendations to use bicycles and preferential use of cars with low emissions. For the last ten years, Omni Nuts & Fruits has been the "rising star" in the dried fruit and nut sector in the country. The company's portfolio starts with almonds and ends with walnuts. The new green facility will assist in processing and marketing high-end products.

NUTS
Pistachios, Cashews, Walnuts, Hazelnuts, Almond, Macadamias.

BERRIES
Cranberry, Strawberry, Raspberry, Sourcherry, Blueberry.

TROPICAL FRUITS
Banana, Pineapple, Papaya, Mango, Cantaloupe, Coconuts, Ginger.

DEHYDRATED FRUITS
Dates, Apricots, Raisins, Figs, Apples, Pears, Prunes, Peaches, Tomato, Kiwi.

ORGANIC FRUITS
Nuts & Fruits available.

HACCP Certification

Naturally the best
PRODUCER, PROCESSOR & EXPORTER

www.omnинuts.com ~ www.pistacho.cl

Notariel Cox 1936
Santiago - Chile
Phone (56-2) 555 3882
Fax (56-2) 558 1653
amir@omnинuts.com
info@omnинuts.com


OMNI
NUTS & FRUITS



Amir Arjmand (center of bottom row)

ESTRELLA EMERGENTE EN UN ENTORNO VERDE

Omni Nuts & Fruits: ¿Qué es un 'edificio verde'? Uno que ahorra mucho: el 50% de agua, con una huella de carbono de extremadamente bajo impacto, utiliza materiales reciclables en su construcción y es altamente eficaz en cuanto a la energía.

Las nuevas instalaciones de Omni Nuts & Fruits, en las inmediaciones del Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile, se encuentran certificadas bajo el programa LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental) como 'edificio verde' Amir Arjmand, director de Omni Nuts & Fruits: "Utilizamos la energía con la mayor eficiencia posible, preservamos el medio ambiente, somos maestros al reciclar materiales y educamos a nuestro personal acerca de las cuestiones ambientales." Las nuevas instalaciones responden a los siguientes requisitos: buenas conexiones con el transporte público, cercanía de los servicios necesarios, suficientes espacios verdes, uso de agua de lluvia; además, recomendamos la utilización de bicicletas y el uso preferente de vehículos de bajas emisiones. Durante los últimos diez años, Omni Nuts & Fruits ha sido la 'estrella emergente' del sector de fruta deshidratada y nueces del país. La cartera de la compañía comienza con almendras y termina con nueces de nogal. Las nuevas instalaciones verdes contribuirán al procesamiento y la comercialización de productos de alta gama.



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

NEW COLOURS AND NEW PRODUCTS

The town of San Fernando, halfway between Rancagua and Curicó 150 km south of Santiago, is the regional centre of the Tinguiririca area as well as the production center of Southern Group.

The “Tres Vertientes” farm is located beside Tinguiririca river to the west of San Fernando. It is one of the most important growing areas for all kinds of tree fruits like plums, apples, pears, peaches, cherries as well as grapes. When approaching the farm on a gravel road, the area seems to be surrounded by huge eucalyptus trees. Jaime Barros, president of Southern Group, recalls that the first thing he did when he bought the farm was to plant trees. Under the brand names of Southern Group/Secasol/Secasur, the company is exporting raisins, prunes, apple rings, and peaches. Drying of raw material is done in big ovens fuelled with wood from the eucalyptus trees. Jaime’s son Cristián Barros tries to find new ways of exporting dried fruit with products like Angeleno plum halves, red Crimson grapes, red prunes (pitted and un-pitted), and cling peach halves as well as well-known products in new colours and ways of preparation. The most important markets for this range of products are the Americas, Europe and Asia.

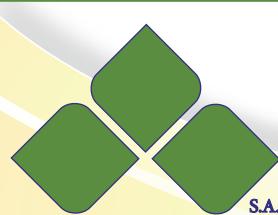


Cristián and Jaime Barros

NUEVOS COLORES Y NUEVOS PRODUCTOS

La ciudad de San Fernando se encuentra a mitad de camino entre Rancagua y Curicó, a 150 kilómetros al sur de Santiago, y es el centro regional de la zona de Tinguiririca, como también el enclave productivo de Southern Group.

El predio “Tres Vertientes” se encuentra a orillas del río Tinguiririca al oeste de San Fernando. Es una de las más importantes áreas de crecimiento para todo tipo de árboles frutales como ciruelos, manzanos, perales, durazneros, cerezos, así como parronales. Al acercarse a predio por un camino de grava, el área parece estar rodeada de enormes árboles de eucalipto. Jaime Barros, presidente de Southern Group, recuerda que lo primero que hizo cuando compró el campo fue plantar árboles. Bajo los nombres de marca Southern Group/Secasol/Secasur, la compañía exporta uvas pasas, ciruelas secas, anillos de manzana y duraznos. El secado de la materia prima se realiza en grandes hornos alimentados con madera de los árboles de eucalipto. El hijo de Jaime, Cristián Barros, trata de encontrar nuevas formas de exportar con productos como mitades de ciruelas Angeleno, uvas Red Crimson, ciruelas rojas (deshuesadas y con hueso) y mitades de duraznos, así como productos bien conocidos en nuevos colores y formas de preparación. Los mercados más importantes para esta gama de productos son América, Europa y Asia. Europa y Asia.



SOUTHERN GROUP
www.southerngroup.cl
56 - 2 - 683 61 86
info@southerngroup.cl
Chile

Dried fruit expert processors

**Golden Raisin
Red Raisin
Natural Raisin
Prunes
Angeleno Plums
Apple Rings/Quarters
Peaches Halves
Pears Halves**





UNA COMPAÑÍA DE RÁPIDO CRECIMIENTO

Huertos del Valle es una empresa creada en Chile en 2002. Su volumen de negocio ha crecido rápidamente a través de los años y se espera que este crecimiento continúe durante los próximos cinco años. Por el momento está centrando sus actividades en dos sectores, nueces de nogal y almendras.

A FAST GROWING COMPANY

Established in Chile in 2002 the company Huertos del Valle has had a fast growing turnover over the years and expects this growth to continue for the next 5 years. At the moment, it is concentrating its activities on two sectors, which are walnuts and almonds.

"In walnuts we are No. 2 or No. 3 (approximately 10% market share) depending on the year and in almonds No. 3 or No. 4", Julio Martínez, General Manager, says. "We have got into the almond market in the last three years, while we exported the first walnuts in 2002 and got quite strong in the following years. In 2010 we increased our sales 20 times." The company turnover is made up of walnuts with 60-70%, almonds with 25% and prunes with 5%.

Currently they are one of the companies with the biggest production capacity, ranging between 500 and 600 hectares (from a total of 30,000 in the country), distributed in 4 main areas in Chile. You should bear in mind that Chile has some outstanding features in walnut production. "We have got here the 'extra light' colour which you don't find in California; our oxidation curve is longer than the Californian product, which guarantees shelf life for up to two years, while Californian walnuts have only one. The feature 'hand cracked' is valued on the market because it has minimum mechanical damage (maximum of 5%) which makes the walnut look perfect, but it is losing some of its attractiveness in the years to come due to increasing labour cost. For the next few years we have a lot to do to escape from the growing economy in order to find people working for us". The walnut boom has driven up nursery prices. "We are about to improve our capacity, that's why we will buy cracking machines from California". In their two walnut factories they are entirely bound to manual cracking and sorting. Some of the main features of this company is that "we have

"En las nueces somos el número dos o tres (con una cuota de mercado de aproximadamente el 10%), dependiendo del año, y en las almendras el número tres o cuatro", cuenta Julio Martínez, gerente general. "Entramos en el mercado de la almendra en los últimos tres años, exportando nueces de nogal por primera vez en 2002 y creciendo los años siguientes. En 2010 multiplicamos nuestras ventas por 20." La facturación de la empresa está compuesta entre un 60 y un 70% de nueces, un 25% de almendras y un 5% de ciruelas secas. De hecho se trata de una de las empresas con mayor capacidad de producción, que oscila entre 500 y 600 hectáreas (de un total de 30.000 en el país), distribuidas en cuatro áreas principales de Chile.

Hay que tener en cuenta que Chile tiene algunas características sobresalientes en la producción de nuez. "Aquí tenemos el color 'extra claro' que no se encuentra en California, nuestra curva de oxidación es más larga que la del producto de California, lo que garantiza una vida en estante de hasta dos años, mientras que las nueces de California tienen sólo uno. La función de 'descascarado a mano' se valora en el mercado porque produce un mínimo daño mecánico (un máximo del 5%), lo que hace que la nuez presente un aspecto perfecto, pero esto perderá atractivo en los próximos años debido al creciente costo de la mano de obra. En los próximos años, tendremos mucho que hacer para salvarnos del crecimiento de la economía a fin de encontrar personal que trabaje para nosotros."

El auge de la nuez ha disparado los precios de los viveros. "Vamos a mejorar nuestra capacidad; es por eso por lo que vamos a comprar máquinas de descascarado de California". En sus dos fábricas de nueces se utiliza el descascarado y la clasificación manual. Una de las principales características de esta empresa es la de "tener un software que nos permite mantener una trazabilidad completa, haciendo el negocio más transparente para nuestros clientes y agricultores y poniendo mucho interés en cada paso del proceso para obtener un producto



THE CLIPPER CHILE SPECIAL

a software that allows us to keep full traceability, making the business more transparent for our customers and farmers and have a lot of concern in every step of the process to obtain a high quality and food-safe final product". Quoting Julio Martínez: "Concerning almonds, due to the good quality and service given to our customers, the market has rewarded us with a big growth and in 2011, Huertos del Valle started with our own new almond plant, imported from California. This made us grow around 80% this year and we hope to be among the first four exporters in Chile". In the coming years, the company will process not only almond kernels, but sliced, blanched, silvered and other types of almond products, which are demanded on the market.

For Huertos del Valle, the main markets are Europe, especially Spain, Switzerland, Germany and Belgium, which show tremendous growth because they are specially focussing on quality, and we can match their requirements properly. Other very demanding markets are Turkey, Dubai and Iran as well. "A few years ago we concentrated on the Ramadan business in Islamic countries, but now it has emerged as a year-round trade. A glimpse of vision is the opening of the South Korean market, and we are in a fast-track system through our Government with the Korean Government to lift the barriers to trade. I think, in one year's time we are able to export walnut kernels to Korea."

final de alta calidad y seguridad alimentaria." En palabras de Julio Martínez: "en cuanto a las almendras, debido a la buena calidad y servicio prestado a nuestros clientes, el mercado nos ha recompensado con un gran crecimiento . En 2011, Huertos del Valle comenzó con su propia planta de almendras, importada de California. Esto nos hizo crecer este año alrededor de un 80% y esperamos estar entre los primeros cuatro exportadores de Chile." En los próximos años, la compañía no sólo procesará almendras enteras, sino también almendras en láminas, almendras blanqueadas, en bastones y otros productos de almendra que se demandan en el mercado.

Para Huertos del Valle, los principales mercados son Europa, particularmente España, Suiza, Alemania y Bélgica, que presentan un gran crecimiento, puesto que éstos están especialmente centrados en la calidad y la empresa satisface de manera adecuada sus exigencias. Otros mercados muy exigentes son Turquía, Dubai y también Irán. "Hace unos años nos centrábamos en el negocio de Ramadán en los países islámicos, pero ahora se ha convertido en un negocio anual. También se vislumbra la apertura del mercado de Corea del Sur; estamos en un sistema de vía rápida a través de nuestro Gobierno con el Gobierno coreano para levantar las barreras al comercio. Creo que dentro de un año estaremos en condiciones de exportar nueces de nogal a Corea."

PUBLISHERS

AgroPress Inc., Baselstrasse 48,
CH-4125 Riehen, Switzerland
Phone +4161-386 9090 / Fax +4161-386 9099
www.agropress.com

DIRECTOR

Gerhard H. Breuer, E-Mail: ghb@agropress.com

EDITOR

Christiane Breuer, E-Mail: edit@agropress.com

OFFICE MANAGER

Martina Möllinger, E-Mail: adve@agropress.com

DESIGN

Werner Walossek, Munich



TABLE OF CONTENTS

The next goal of the Chilean industry: "Discover China"	1
California sets the trend	5
From the heart of the Valley	7
Specialists for raisins and prunes	8
Tasteful products for export	11
Sweet dried cranberries:	
The future "kings" of the product line?	13
Image building and promotion on a worldwide scale	15
Based on mutual trust	19
New processing plant	20
Well equipped for the world market of raisins	21
One of the biggest prune producers in the country	23
Tapping the value-added chain	24
Successful stories in opening new markets for prunes	26
The rising star in a green environment	29
New colours and new products	30
A fast growing company	31

Clear Values and transparent business policies are the foundation of trust.



• HEAD OFFICE / PLANT
Phone - Fax: +56-33-414428
Prat 543, Limache, Chile

• ALMOND PLANT
Phone - Fax: +56-2-8250013
Ruta 5 Sur Km 52, Paine, Chile

www.huertosdelvalle.cl



PRUNES

inspired by nature



PRUNESCO
A Growers' Company

www.prunesco.com



QUALITY PRUNES, DELIVERED
THROUGH INNOVATION

