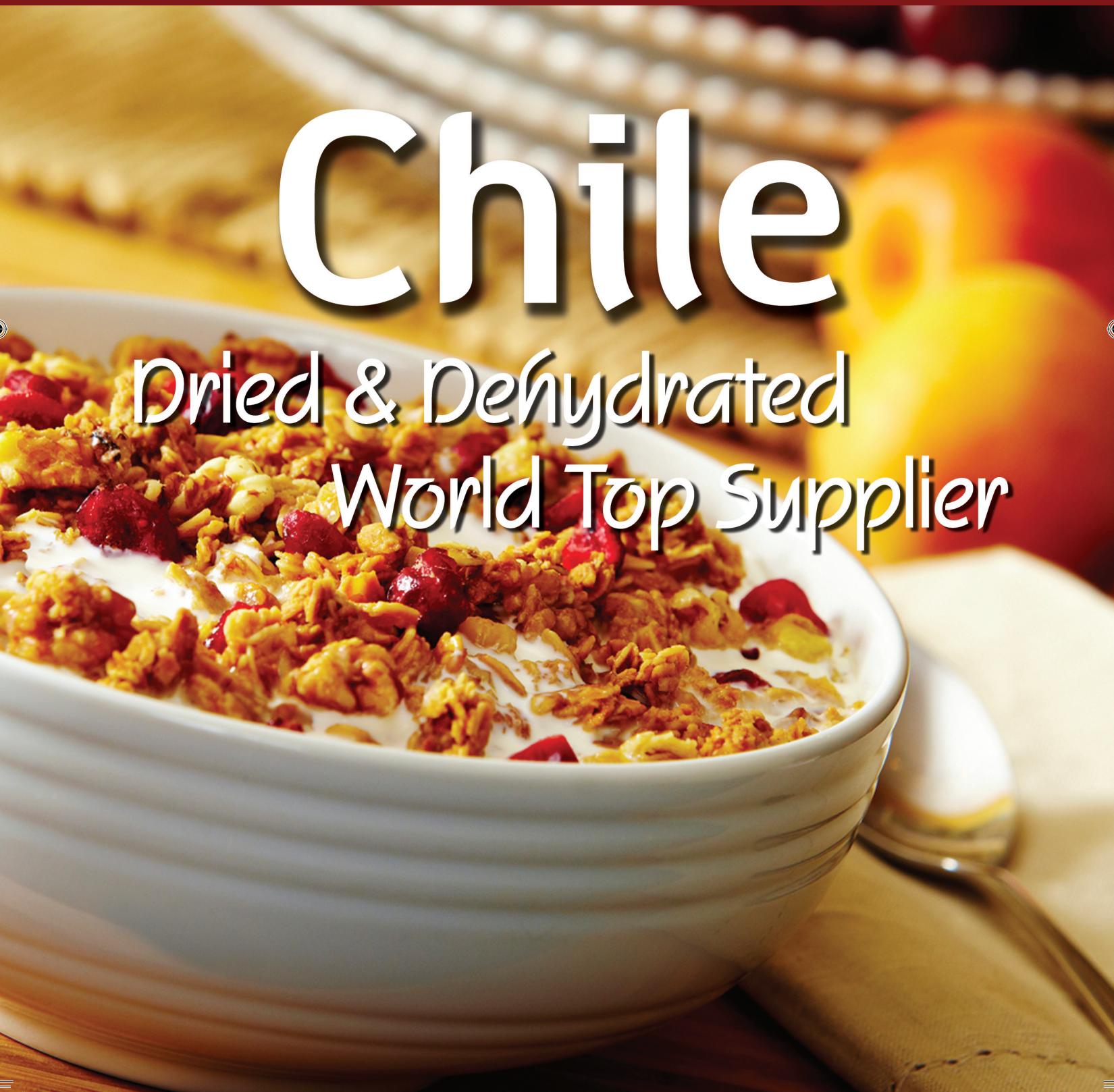


CHILE SPECIAL | 2013

# THE CLIPPER



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



Chile  
Dried & Dehydrated  
World Top Supplier



# Dried Fruits and Nuts Needed?

.....



**Chilealimentos®**  
Chilean Food Industry Association

Chilealimentos is your  
one-stop source for the  
best Chilean Dried Fruits  
& Nuts Producers.

We are your direct link with best Chilean producers.  
[www.chilealimentos.com](http://www.chilealimentos.com)



## **PRODUCTION AND TRADE OF DRIED FRUITS AND NUTS STRICTLY MARKET-ORIENTED**

### **Interview with Alberto Montanari, President, Chilealimentos**

*Chile in the last very few years has taken a much more aggressive role in the market. There is much more awareness for products coming from your country. Your comments, please.*

It has been and will be the very first task of Chilealimentos during my term as president to show our country as a top supplier, and this has also been the policy of our government. One of the actions taken by the government was the formation of the Ministry of Agriculture, Food and Fisheries.

Both the government and the private industry have taken the leading role on the world markets in showing the world the potential Chile has to offer combined with competitive products and a high degree of reliability.

In world market terms Chile is the No 1 in dried apples, No 2 in prunes, No. 3 in walnut kernels, in-shell hazelnuts and dried wine berries, No. 4 in infused cranberries, No. 5 in in-shell walnuts and No. 9 in almond kernels. Generally for the sector of dried fruits Chile ranges as No. 8. There are very few countries in the world which can show this development. Part of the actions taken in this respect is the Special Chile of The Clipper maga-

## **PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE FRUTAS SECAS Y NUECES ORIENTADAS AL MERCADO**

### **Entrevista con Alberto Montanari, Presidente, Chilealimentos**

*En los últimos años Chile ha asumido un papel mucho más agresivo en el mercado. Hay mucha más conciencia de los productos procedentes de su país. Sus comentarios, por favor.*

Cuando llegué a la presidencia de Chilealimentos uno de mis primeros objetivos fue demostrarle al país que Chile

es una Potencia Alimentaria. Hoy puedo afirmar, con mucho orgullo, que hemos asumido nuestra condición de proveedor top y que esta realidad ha pasado a ser política de Estado. Así lo demuestra un reciente proyecto de ley para formar el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentos.

Conscientes de este potencial, tanto las empresas como gobierno han asumido un rol más protagónico en los mercados internacionales para posicionarlos como la Potencia Alimentaria que somos, líderes en competitividad y responsabilidad. A nivel mundial somos, en términos de valor, los exportadores N° 1 de manzana seca, N° 2 de ciruelas secas, N° 3 de nueces sin cáscara, de avellanas con cáscara

y de pasas, N° 4 de cranberries infundidos, N° 5 de nueces con cáscara y N° 9 de almendras sin cáscara. En términos generales, somos el exportador N° 8 de frutos secos y deshidratados del mundo. Son muy pocos los países que pueden mostrar este desempeño.



**Alberto Montanari**



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL



zine, which is now published for the fifth time. The Chilean companies have for another time ventured for a very extensive presence on the Anuga 2013 with 31 individual enterprises in the dried fruit sector.

*Later than most of the other suppliers of dried fruits and nuts, Chile has conquered the Southeast Asian markets. Which are the most important of them and which are markets you deem ready to be your customers in the near future?*

Potential markets are located in the Southeast Asian region like Indonesia, the Philippines, Vietnam, Thailand, Birma, Malaysia, Cambodia, Laos as well as Singapore, countries with which we have free trade agreements. These are Malaysia, Singapore and Brunei. Agreements with Vietnam and Thailand are signed but not in force.

The Southeast Asian market represents a market worth US\$160 m for dried fruits and nuts from Chile increasing short term. In 2011 the exports to these destinations were at around one million dollars. The most important countries are –of course – the countries with which we have an active Free Trade Agreement like Malaysia and Singapore. With the other countries we are working toward customs preferences like Thailand. This country will be the next destination of the presentation “Sabores de Chile” (Tastes of Chile) in November 2013.

Entre las acciones que hemos emprendido puedo señalar, por ejemplo, que desde hace 5 años venimos apoyando asociativamente esta edición especial de la industria chilena en The Clipper. O individualmente que las empresas chilenas este año realizarán, una vez más, una espléndida presentación en la Feria Anuga. Serán 31 compañías oferentes de frutos secos y deshidratados las que formarán parte de pabellón de Chile en esta importante muestra de alimentos.

*Chile ha conquistado los mercados del sudeste asiático más tarde que la mayoría de los otros proveedores de frutas secas y nueces, ¿Cuáles son los más importantes y cuáles son los que considera listos para trabajar pronto con sus clientes?*

El 2010 la OCDE reconoció a la agricultura chilena como una de las más abiertas del mundo, destacando las medidas de apoyo implementadas para que acceda a los mercados externos. Es así como Chile cuenta con una red de tratados de libre comercio con 60 países que dan cuenta del 86% del PIB mundial y del 62% de la población global. Entre estos países se cuentan Malasia, Singapur y Brunei. Además, tenemos acuerdos con Vietnam y Tailandia, pero que aun no entran en vigencia.

Si bien el sudeste asiático representa un mercado de US\$ 160 millones para los frutos secos y deshidratados exportados por Chile, recién estamos comen-

*Overlooking the situation of dried fruit and nut exports to these new markets, which was and is the role of Chilealimentos to find and develop them? Did the association work directly with state authorities?*

The mission of Chilealimentos is in general enable members to get in business contacts with players on the world markets. Bearing that in mind, Chilealimentos has always worked side by side with the government authorities in order to identify and open potential markets. Chilealimentos' members are active in assisting the government to prioritize negotiations.

*The export policy for dried fruits and nuts is related to the overall national policy for exports. Do you have the feeling that the latter will be advantageous for the members of your association?*

It is a matter of fact that the Government policy had a key role for the success of the Chilean economy. A factor which should not be overlooked is the food

zando a desarrollarlo. En 2011 las exportaciones a este destino alcanzaron a 1 millón de dólares, aproximadamente. Sin duda los más importantes en este momento son aquellos países con los cuales tenemos un TLC en vigencia; como son Malasia y Singapur. No obstante, también nos encontramos trabajando en aquellos en que pronto tendremos preferencias arancelarias, como es el caso de Tailandia, país en que se realizará en noviembre próximo la muestra Sabores de Chile.

*Respecto de las exportaciones de frutas secas y nuts a esos nuevos mercados, ¿cuál ha sido y es el papel de Chilealimentos para encontrarlos y desarrollarlos? ¿Chilealimentos trabajó directamente con las autoridades de gobierno?*

La misión de Chilealimentos dice relación con promover la adecuada inserción de sus asociados en los mercados mundiales. En este sentido, siempre ha trabajado estrechamente con el Gobierno en la definición y apertura de nuevos mercados. Chile-

## THE TRUSTED ANSWER TO WORLDWIDE AFLATOXIN REGULATIONS

**VICAM AflaTest: The Aflatoxin Test for the Tree Nut Industry**

AflaTest® easily meets your company's internal requirements, the regulations in your country and the strict European import standards of between 2–8 ppb for B<sub>1</sub>, 4–10 ppb total aflatoxins for ready-to-eat tree nut products, 5–12 ppb B<sub>1</sub>, and 10–15 ppb total aflatoxins in nut products intended for further processing.

VICAM's AflaTest has protected nuts and dried fruit products for more than 20 years in over 100 countries. Request VICAM products for:

- Single or multiple mycotoxin detection in the lab with HPLC or UPLC®
- Rapid, on-site detection with fluorometer or lateral flow reader

**Ask for VICAM AflaTest by name whether you test on-site or use a trusted analytical laboratory.**

Contact us today to learn more, call **417.725.6588**, visit us at [www.vicam.com](http://www.vicam.com) or email [vicam@vicam.com](mailto:vicam@vicam.com) for your local VICAM distributor.

Follow us on Twitter: @vicamwaters and visit our blog: [www.vicam.com/blog](http://www.vicam.com/blog)

©2013 Waters Corporation. Waters, UPLC, VICAM, AflaTest, and The Science of What's Possible are trademarks of Waters Corporation.




**VICAM**  
A Waters Business



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

sector, which for many countries is of strategic importance.

*Due to increasing health consciousness in many countries dried fruit and nuts are more than welcome on world markets. Is that the overwhelming feeling of your members? The sector especially in Chile is growing fast. Does the same apply to the number of your members?*

The dried fruit and nut industry in Chile has seen a quite rapid and successful development. Just take the last five years as an example. There was an average increase of 12% annually with exports worth US\$713 m. One of the fundamental facts of the success of the Chilean food industry in general is the sole market



orientation of the companies. By that the enterprises are open for any new trend and ready for innovations, for the requirements of the consumers, which are: sound food, indulgence and the value for money factor. This way Chile has successfully answered the needs of the market with high quality and convenience products.

Finally, the president of Chilealimentos pointed out that just as important as opening new markets, is to be able to supply these markets in an environmentally sustainable manner. This is how the Chilean industry of processed foods, through Chilealimentos is working together with the public sector on a Second Clean Production Agreement. The main concerns are carbon and water footprint, energy efficiency, staff training, sustainability indicators and bio solid energy generation.

alimentos recoge las opiniones de sus asociados para luego colocarlas entre las prioridades de las agendas de negociación del gobierno.

*La política de exportación para las frutas secas y nuts está relacionada con la política nacional para la exportación. ¿Tiene la sensación de que esto será ventajoso para los miembros de su asociación?*

La política seguida por el país en la apertura de mercados ha sido clave en el éxito de la industria chilena. No hay que olvidar que los alimentos son un sector estratégico en todos los países y se caracteriza por los altos aranceles de importación. Así, con la amplia red de tratados de libre comercio que se ha desarrollado nuestros empresarios han demostrado que son competitivos en cualquier rincón del mundo.

*Los frutos secos y nuts son más que bienvenidos en los mercados mundiales debido a la creciente conciencia por la salud en muchos países. ¿Esa es la sensación de sus miembros? El sector, especialmente en Chile, está creciendo rápidamente. ¿Aplica lo mismo para sus miembros?*

La industria de las frutas y hortalizas secas y deshidratadas de Chile ha sido sumamente exitosa. Muestra de ello es, por ejemplo, el crecimiento registrado durante los últimos 5 años. Lo ha hecho a una tasa anual promedio del 12%, alcanzando retornos de US\$ 713 millones en 2012

Uno de los pilares sobre el que descansa el éxito alcanzado por este sector, y por la industria alimentaria chilena en general, es su empresariado plenamente orientado al mercado. Estos poseen una visión integrada del sistema de los alimentos, siendo capaces de satisfacer, con soluciones innovadoras, las múltiples necesidades de los consumidores y, además, resolver la logística desde origen.

Ellos tienen en su ADN que el mercado global se mueve en respuesta a 4 grandes tendencias relacionadas: salud, indulgencia, conveniencia y percepción de valor (precio/valor). De este modo, han sabido responder a la demanda de los mercados con productos de la más alta calidad y conveniencia.



**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](http://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.**



©2011 Vistan Corporation. Ashlock®, Ashlock Pitted®, A PITTED™, and "True. Honest. Real!™" are trademarks of Vistan Corporation.



### A COORDINATION BODY FOR THE FOOD SAFETY ORGANIZATION IN CHILE

**Chile Special interview with Nuri Gras, Executive Secretary, of the Chilean Food Quality and Safety Agency (ACHIPIA)**

*What purpose serves ACHIPIA and when was it founded?*

The Chilean Food Quality and Safety Agency ACHIPIA – Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad Alimentaria - is a Presidential Advisory Commission, which advises the President of the Republic of Chile in all issues regarding identification, development and execution of policies, plans, programs, measures and other activities related to food safety matters and coordinates the activities of all the public services related to such matters.

In August of 2005, through the enactment of Decree N° 83 of the Ministry General Secretariat of the Presidency – Ministerio Secretaría General de la Presidencia MINSEG-PRES - the Presidential Advisory Commission called Chilean Food Quality and Safety Agency was created under the administrative unit of the Ministry General Secretariat of the Presidency.

On April 5th of 2011, the unit was transferred to the Ministry of Agriculture -when the Decree N° 162 of 2011 of the Ministry General Secretariat of the Presidency came into force. In addition, the quality area was introduced as one of the functions of the Agency, as well as the responsibility for the operation of the Secretariat of the National Codex Committee and the Codex Contact Point and the development of a National Alert System for Food and Feed.

The Chilean Food Quality and Safety Agency is made up of: A representative of the Ministry General Secretariat of the Presidency, Vice Minister of Public Health, Vice Minister of Economy, Vice Minister of Fisheries, Vice Minister of Agriculture - that chairs it- and

### NUEVO COORDINADOR PARA LA INOCUIDAD ALIMENTARIA EN CHILE

**Entrevista con Nuri Gras, Secretaria Ejecutiva, Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad Alimentaria (ACHIPIA)**

*¿Cuál es el propósito de ACHIPIA y cuándo fue fundada?*

La Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad Alimentaria, ACHIPIA, es una comisión asesora presidencial que tiene la tarea de asesorar al Presidente de la República en todo cuanto diga relación con la inocuidad alimentaria. Es la encargada de coordinar a los organismos públicos con competencias asociadas a dichas materias.

En agosto de 2005 se crea la Comisión Asesora Presidencial denominada Agencia Chilena para la Inocuidad Alimentaria, bajo la dependencia administrativa del Ministerio Secretaría General de la Presidencia. En 2011 se traspasa la dependencia de la ACHIPIA al Ministerio de Agricultura. Además, se intro-

duce el tema de Calidad como una de las atribuciones de la Agencia, así como también la responsabilidad por el funcionamiento de la Secretaría Nacional del Codex Alimentarius y el Punto de Contacto del Codex y el desarrollo de una Red de Información de Alertas Alimentarias. La agencia está integrada por un representante del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, el Subsecretario de Salud Pública, el Subsecretario de Economía, el Subsecretario de Pesca, el Subsecretario de Agricultura (quién la preside) y el Director General de Relaciones Económicas del Ministerio de Relaciones Exteriores.

El Presidente del Consejo de ACHIPIA está a cargo de supervisar las actividades de la Agencia y el cumplimiento de las tareas de la comisión. La Agencia cuenta además con un Secretario Ejecutivo designado por su Presidente, quien es responsable por llevar a cabo sus



**Nuri Gras**

Director General of International Economic Relations of the Ministry of Foreign Affairs.

The Chairman of the council of ACHIPIA is responsible for the supervision of the Agency activities and for carrying out the commission tasks.

The Agency has also an Executive Secretary named by its Chairman, who is responsible for performing their tasks and acts as a coordinator of the Agency among other government entities.

*Is ACHIPIA a replacement of an agency that existed before?*

ACHIPIA was created to advise the President of Chile in food safety matters and to coordinate the activities of all the public services related to food safety without replacing any institution. The purpose of this Agency is to be an integration body with a global and preventive focus of food processes that coordinates the National Food Safety System with effective response tools and scientific based information considering Chile's real needs through the establishment of a strong network among all stakeholders related to food safety (public services, industry, academy and consumers).

*Is it intended to supervise official and private labs and other control bodies?*

The Chilean Food Quality and Safety Agency ACHIPIA does not supervise laboratories nor other control bodies in the country. When it comes to laboratories, ACHIPIA coordinates the Integrated System of Food Laboratories SILA. This integrated system is formed by

funciones y actúa como coordinados entre la Agencia y otras entidades gubernamentales.

*¿Es ACHIPIA el reemplazo de una Agencia que existió antes?*

ACHIPIA se crea para asesorar al Presidente de Chile sobre temas relacionados con la inocuidad alimentaria y para coordinar las actividades de todos los servicios públicos con competencias en dichas materias sin reemplazar a ninguna institución. El objetivo de esta Agencia es ser un organismo integrador con un enfoque global y preventivo de procesos alimentarios que coordina al Sistema Nacional de Inocuidad, con herramientas de respuesta efectivas e información basadas en datos científicos, considerando las verdaderas necesidades de Chile mediante la creación de un red integrada y sólida entre todos los actores relacionados con la inocuidad alimentaria (servicios públicos, industrias, academias y consumidores).

*¿Tiene la intención de supervisar laboratorios oficiales y privados y otros organismos de control?*

La Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad (ACHIPIA) no tiene la función de supervisar a los laboratorios, ni a otros organismos de control del país. En lo que se refiere a laboratorios, ACHIPIA coordina el Sistema Integrado de Laboratorios de Análisis de Alimentos, SILA. Este Sistema Integrado está formado por todos los laboratorios nacionales que integran las Redes de Laboratorios Oficiales existentes en el país para realizar análisis microbiológicos, químicos y de fitoplancton. Chile cuenta con tres redes de laboratorios oficiales, la Red del Ministerio de Salud, la del Servicio Agrícola y Ganadero





## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

the national laboratories belonging to Official Laboratory Networks in the country to perform microbiological, chemical and phytoplankton analyses. Chile has three official laboratory networks: the Ministry of Health, the Agriculture and Livestock Service and the National Fisheries Service Networks. They are made up of public laboratories, universities and private companies that must fulfill high quality standards and specific requests of each service. The Agency is also in charge of the creation of competences and capacity building in this area through international cooperation. Currently, Chile has been named pilot economy for an APEC project of Laboratory Capacity Building. We also have technical cooperation with RIKILT Institute of Food Safety, Wageningen UR, Netherlands.

ACHIPIA coordinates a Laboratory Working Group and other working groups as National Integrated Programs for Dioxins, Pesticides, Red Tide, HACCP and Microbiological Hazards.

The aim of these National Integrated Programs is to coordinate the activities developed by public institutions related to the monitoring or surveillance programs for food safety management in order to avoid duplicities in control programs. They also promote the updates of policy frameworks considering the needs of the National Food Safety System as a whole.

*What is the function of ACHIPIA regarding the export market?*

When it comes to the export market, its function is to coordinate these National Integrated Programs, since it integrates different control programs for entities as well as Agriculture and Livestock Service SAG and National Fisheries Service SERNAPESCA, which are responsible for exportable food and Ministry of Health MINSAL which is in charge of local food and consumers in order to ensure safe food to national and international consumers of Chilean products.

*How many people are currently working for the Agency and how many will be in the future?*

Currently, there are 20 professionals working in the Agency, in different areas and programs. Most of them are professionals specialized in food area, which are: 2 agronomists, 1 biochemist, 1 chemist, 1 nutritionist, 4 veterinarians, 2 lawyers, 1 journalist, 3 food engineer, 1 licentiate in biological sciences 1 business adminis-

y la del Servicio Nacional de Pesca. Están formadas por laboratorios públicos, de universidades y privados que deben cumplir con altos estándares de calidad y requisitos específicos de cada servicio. La Agencia además se preocupa de la generación de competencias y creación de capacidades en esta área a través de la búsqueda de cooperación internacional. En este momento Chile ha sido designado Economía Piloto para un proyecto de APEC de Iniciativa para Fortalecer la Capacidad de los Laboratorios. También estamos con cooperación técnica con el Centro de Rikilt, de Holanda.

ACHIPIA coordina una Mesa de Trabajo de Laboratorios al igual que las de los Programas Nacionales Integrados de Dioxinas, de Pesticidas, de Marea Roja, de HACCP y de Peligros Microbiológicos.

*¿Cuál es la función de ACHIPIA en relación al mercado de exportación?*

En relación al mercado de exportación, su función es la de coordinar los Programas Nacionales Integrados, ya mencionados, puesto que integra los diferentes programas de control existentes tanto para los organismos como SAG y SERNAPESCA que son los responsables de los alimentos que se exportan con los de MINSAL, que son de consumo nacional con el propósito de asegurar alimentos inocuos a los consumidores, tanto nacionales como de los países de destino de nuestros productos.

*¿Cuánta gente trabaja para la Agencia y cuál puede ser el número en el futuro?*

En este momento tenemos alrededor de 18 profesionales trabajando en la agencia en las distintas áreas y en los diferentes programas. En su mayoría profesionales especializados en el área de alimentos, que son: 2 agrónomos, un bioquímico, un químico, una nutricionista, cuatro médicos veterinarios, dos abogados, un periodista, tres ingenieros en alimentos, un licenciado en ciencias biológicas, un administrador de empresas y tres administrativos. , A medida que los programas vayan creciendo, vamos a ir necesitando mayor cantidad de profesionales.

*¿Será El Sistema RIAL el predecesor de una futura ley de inocuidad alimentaria?*

La Red de Información y Alertas Alimentarias RIAL es una red de intercambio de información entre los Organismo Públicos con competencias en inocuidad

trator and 3 administrators. As programs increase, we will need more professionals.

*Is the RIAL system a predecessor of a future food safety law?*

The Alert Network for Food and Feed (RIAL) is an information exchange Network between Chilean Public Agencies for food safety related issues that integrates different sources of information about food-safety events, which aims to provide the State with a tool that allows to respond quickly to food risk situations. Also allows an evaluation of the National Food Control Systems and its integration, so as to improve the Food Alert management and support of the decision-making process and food safety public policies.

*Does ACHIPIA have something in common with the FDA in the US?*

The Food and Drug Administration (FDA) is a regulatory enforcement agency in the United States which is responsible for ensuring the safety of an array of consumer products and ACHIPIA is a governmental agency responsible for the coordination of the Chilean regulatory and enforcement bodies.

For more information visit our website [www.achipia.cl](http://www.achipia.cl) or send an e-mail to [achipia@achipia.gob.cl](mailto:achipia@achipia.gob.cl)



alimentaria en Chile que integra las distintas fuentes de información acerca de eventos de inocuidad en alimentos, que tiene como objetivo de dotar al Estado de una herramienta que le permita responder con agilidad ante situaciones de riesgo; y que además permita una evaluación e integración efectiva de los programas de control de los alimentos, para mejorar la gestión de la Alerta Alimentaria y apoyar la toma de decisiones en políticas públicas.

*¿Tiene ACHIPIA algo en común con la FDA en Estados Unidos?*

La Agencia de Alimentos y Medicamentos FDA es una agencia de ejecución regulatoria en Estados Unidos responsable por asegurar la inocuidad de una serie de alimentos y ACHIPIA es una agencia gubernamental a cargo de coordinar los organismos regulatorios y de ejecución en Chile.

**DEHYDRATED VEGETABLES & FRUITS FROM CHILE**

YOU DESERVE THE BEST!





**25 YEARS ANNIVERSARY**

YOUR QUALITY CHOICE IN THE SOUTHERN HEMISPHERE

EXCLUSIVE REPRESENTATIVE OF

**Ashlock Company**

**ATLAS PACIFIC COMPANY INC.**



Av. La Dehesa 1201, Of. 625 • EDIFICIO CINTURÓN LA DEHESA, TORRE OESTE • LO BARRICELLO • SANTIAGO • CHILE • FONO (+56 +2) 954 98 17 • [WWW.CADEGRAYSON.CL](http://WWW.CADEGRAYSON.CL) • [ENRICO@CADEGRAYSON.CL](mailto:ENRICO@CADEGRAYSON.CL)



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### A NETWORK OF FREE TRADE AGREEMENTS ALLOWS FOR EASY MARKET ACCESS

ProChile is a government agency in charge of promoting export of products, services, facilitating investments and tourism promotion. While these three areas are the basis of ProChile's activities, export promotion is by far the most important task. The agency was founded in the 1970s when it became clear that Chile should become an open member of the community of states. "We have always been a country with a low population rate and we have always had an abundance of raw materials which we want to make available to the world. Therefore, we needed to open up to the world," says Carlos Honorato C., Director of ProChile in an interview with The Clipper Special Chile.



Carlos Honorato

*Back then, in the 1970s, only few people knew Chile.*

That's right, and to date we are still unknown to many people, but we are working on this. You certainly know the Fundación Imagén de Chile, in which we are also involved. This foundation is engaged with positioning the "Chile" brand long term. Today we show our country's versatility by means of some 600 activities in 40 offices employing 200 people worldwide.

With a length of more than 4,000 km from the north, which is the driest region in the world, to the south with icebergs and glaciers in Patagonia, Chile offers maximum diversity in terms of geography, culture and products. In North and South America we are quite known, but in the emerging markets in Asia we are virtually unknown as a country and as a supplier.

### UNA AMPLIA RED DE TRATADOS DE LIBRE COMERCIO FACILITA EL ACCESO A LOS MERCADOS

ProChile es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, encargada de promover las exportaciones de productos y servicios de Chile, además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y el fomento del turismo. Si bien, estos tres ámbitos son la base de la actividad de ProChile, el fomento de la exportación es la actividad más importante. En septiembre 2013 ProChile cumplirá 39 años, y su fundación se remonta a los años 70 cuando se llegó a la conclusión de que Chile debía abrirse al mundo. "Entonces éramos, y somos, un país con poca población, teníamos, y tenemos, una gran abundancia en materias primas, y queríamos hacerlas accesibles al mundo. Para ello nos tuvimos que abrir al exterior" comenta Carlos Honorato C., Director de ProChile durante una entrevista con The Clipper Special Chile.

*En aquel tiempo, en los años 70, pocas personas conocían el país.*

Esto es cierto, e incluso hoy en día siguen habiendo muchas personas que todavía no nos conocen, pero trabajamos en ello. ¿Usted conoce la Fundación Imagen de Chile? Ellos se encargan de obtener información de cómo nos ven en el exterior y a su vez de cómo queremos que nos vean. Hoy en día, y a través de más de 600 actividades, más de 50 oficinas y de 200 trabajadores en todo el mundo, estamos mostrando la enorme diversidad que ofrece nuestro país. En el norte y sur de América se nos conoce bien, pero en Asia, en mercados emergentes, no somos tan conocidos como país. Se nos conoce porque hemos hecho muchas cosas bien, empezando por la política, la economía, las leyes, o por nuestra estabilidad, aspecto que clientes e inversionistas aprecian

We are known for our ability to have managed many tasks successfully, from our economic policy, law and legislation to the general stability which our customers and investors very much appreciate. Some people even think Chile is a "little boring", but it is our mentality to do things right. And we are committed to preserve this image.

*The most interesting aspect of Fundación Imagen de Chile is that it is a joint institution of state and private sector.*

Correct. Our board of directors is made up of government and industry members. In this way we want to make sure that Chile's image is defined and supported not only by the government but also by the Chilean entrepreneurs.

*Let's talk about China. Everyone is very euphoric about this "biggest market in the world, market of the future". But more and more concerns are voiced that this boom with economic growth rates of more than 10% per year will not last forever. What do you think?*

Well, I'm sure that the positive development will continue in China, at least with regard to the supply from Chile. In 2008 China became our trade partner number one, surpassing the US. The trade volume with China amounts to far more than the double of the US business. Even if you exclude the copper exports to China – for well-known reasons – China

especialmente. Hay quién encuentran a Chile incluso "un poquito aburrido", pero es nuestra mentalidad de hacer las cosas bien. Y estamos convencidos de preservar esa imagen.

*Lo interesante en la Fundación Imagen de Chile, es que es un ente conjunto entre el estado y el sector privado*

Correcto, tenemos un directorio formado por el gobierno y el sector privado. Queremos conseguir que la imagen de Chile no solo sea tarea del gobierno, también queremos que los mismos chilenos participen de forma activa.

*Tema China. Todos están muy eufóricos con palabras como "el mayor mercado del mundo, el mercado del futuro". Pero cada vez hay más voces críticas que apuntan a que este boom con un crecimiento de más de un 10% anual no será para siempre. ¿Cuál es su opinión?*

Bueno, estoy seguro que China seguirá creciendo, o por lo menos en lo que a la oferta chilena se refiere. En 2008 China se convirtió en nuestro socio comercial número uno, dejando atrás a los Estados Unidos, y el volumen de negocio es – con diferencia – el doble que el realizado con los Estados Unidos.

Si dejamos fuera - por razones obvias - las exportaciones de cobre, China todavía sigue siendo el segundo país, si excluimos la materia prima forestal





## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

quite comfortably ranks second, if you exclude timber it is still somewhere between number four and five. If we focus on food and beverages, the growth rates are tremendous, from US\$204 m in 2008 to US\$758 m in 2012.

Not only the mega cities along the coast see substantial growth rates, but also the “mid range” cities with a population of ten to 15 million.

This is where the growth has shifted, with double-digit figures. There is a health-conscious middle class in China that wants to consume and has the means to do so. Whenever a new product is introduced in China, we observe extraordinary growth rates. This has happened for meat, blueberries and now for dried fruits and nuts.

*What about the non-tariff trade barriers such as phytosanitary problems or problems with the certificate of origin?*

For 40 years Chile has gained a lot of experience with exports – with increasing volumes for the past 20 years when the free trade agreements have come into force. Our exporters are very professional in all sectors we are active in. They know the specifications and they also know the new regulations. ProChile's offices are very helpful in this respect with frequent contact to local companies and authorities. Let's take the walnut case. The market for walnut kernels opened up in a flash, and now we are confident that the same will be true for walnuts in shell.

*If you exclude copper and other mining and timber products, where do fresh and processed fruits and nuts rank?*

First we have seafood and fish, fresh fruits, wine and then dried fruits and nuts, a sector which will exceed



se sitúa entre el cuarto y el quinto puesto. Si nos concentramos en alimentación y bebidas, la expansión sigue siendo importante.

En cuanto al crecimiento en China no solo se han de tener en cuenta los megacentros en la costa, ahora también ciudades de “segunda fila”, que tienen entre 10 y 15 millones de habitantes, pues es ahí donde se ha desplazado el crecimiento, con cifras de doble dígito. En China encontramos una clase media muy orientada hacia una alimentación saludable, que quiere y puede consumir. Siempre cuando se puede introducir un nuevo producto a China, observamos rápidamente importantes tasas de crecimiento.

*¿Cómo se trabaja con barreras que no son de tipo arancelario, como vienen a ser las fitosanitarias o los certificados de origen?*

Chile cuenta con una gran experiencia, venimos exportando desde hace 40 años y con un fuerte crecimiento estos últimos 20 años cuando los tratados de libre comercio han entrado en vigor. En todos los sectores en que estamos activos contamos con grandes profesionales en exportación. Ellos conocen las condiciones existentes y también aquellas nuevas que van surgiendo. Siempre estamos trabajando para abrir nuevos mercados o para terminar con barreras fitosanitarias. Por ejemplo para las nueces sin cáscara el mercado se ha abierto en un abrir y cerrar de ojos.



## SORTING SOLUTIONS FOR THE NUT & DRIED FRUIT INDUSTRY

TOMRA Sorting shares its sorting experience with customers in order to provide the most suitable, cost effective and advanced sorting solutions for the efficient removal of defects, discolorations and foreign material.

## FROM SINGLE SIDED EFFICIENT PRE-SORTING TO DOUBLE-SIDED HI-SPEC FINE SORTING TOMRA CONTINUES TO LEAD THE SORTING REVOLUTION

- + Partner in sorting processes
- + Efficiency and yield optimization
- + Personalized total sorting solutions
- + One-stop-shop: budget or technical solution
- + Pre-sorting

- + Hi-spec laser sorting
- + Advanced Foreign Material Detection
- + Hyperspectral imaging
- + Aflatoxin removal
- + 3-way sorting on free-fall and belt based platforms



[tomrasorting.com](http://tomrasorting.com)

Scan QR-Code with reader for more information on TOMRA Sorting

Don't hesitate to contact us directly:  
[food-sorting@tomra.com](mailto:food-sorting@tomra.com)



**TOMRA**  
SORTING SOLUTIONS

FOOD



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

USD1 billion by 2015. This shows very clearly that these products are of top priority to us. Let me put it this way: today Chile has several products which act as “ambassadors” around the world. These include wine, fresh fruits – you will find the origin “Chile” in many supermarkets all over the world, which makes us very proud.

When it comes to fish you don't see the origin, but if you eat salmon, it will very likely that they come from our waters, and I would love to pin our flag on it – as well as dried fruits and nuts. Especially the latter are conquering the world: we are present in the Middle East, soon in China and Turkey, which is also an exporter of walnuts. And I can tell you that we are pioneers on many of these markets because we can rely on an entire network of free trade agreements which is constantly growing. With some important countries they are “*in statu nascendi*”.

In October we will be participating in the Anuga trade show with a pavilion of over 600 square meters, where dried and dehydrated fruits will have an outstanding role. The German and, European market in general, is very important for these products, so showcasing our dried and dehydrated fruits becomes crucial for the industry.

*I am somehow detecting a kind of “love affair” between Chile and the Korean market. How come?*

South Korea is no doubt an industrial and business location of great importance. While the population is not very large, it has a substantial income. The health consciousness is highly developed, which makes the country an ideal export market for our dried fruits and nuts sector.

During 2012 the opening of the South Korean market for nuts meant an explosive increase in the volumes of exports. Out of 20,000 tons of nuts that Korea imports 3,000 tons were imported from Chile. This allowed us to move from 0% to 15% of the market share.

*Let me ask you a personal question as the director of the export promotion agency ProChile: What does “made in Chile” mean to you personally, what feelings does it trigger?*

First of all it makes me proud because it stands for health, special quality and it refers to a country that is stable and has access to many markets.

*Si excluimos el cobre y otros productos de minería y materias primas forestales, ¿en qué posición se encuentran alimentos como las frutas frescas, los frutos secos y deshidratados?*

Los frutos secos y deshidratados, superarán en conjunto los US\$ 1.000 millones en exportaciones al 2015. Y obviamente estos productos están entre nuestras prioridades. Déjeme decirle que Chile ya tiene algunos productos “embajadores” en todo el mundo. Hoy en día encontramos Origen Chile en muchos supermercados y estamos orgullosos de ello. En el pescado el origen no viene identificado directamente, pero en el caso del salmón muchas veces procede de nuestras aguas; aquí sí me gustaría incorporar la bandera de Chile, al igual que en los frutos secos y deshidratados. Justamente son estos últimos los que están conquistando el mundo, estamos presentes en Oriente Medio, Turquía, que también es un país exportador y ahora pronto en China. Y me gustaría destacar que en muchos de estos mercados somos pioneros pues venimos respaldados por una completa red de tratados de libre comercio, y que además van aumentando de forma progresiva.

*En estos momentos observo una pequeña historia de amor entre Chile y el mercado coreano. ¿A qué se debe?*

Corea del Sur es sin duda alguna un país de gran importancia a nivel industrial y económico. Su población no es demasiado numerosa, pero dispone de un alto poder adquisitivo. Además están muy conscientes en todo lo que respecta a una alimentación saludable, aspecto que convierte al país idóneo para las exportaciones de nuestro sector de frutos secos y deshidratados.

Durante el 2012 la apertura del mercado de Corea del Sur para las nueces significó un aumento explosivo entre los volúmenes exportados a esa zona. De las 20 mil toneladas de nueces que importa Corea, 3.000 toneladas fueron importadas desde Chile, lo que nos permitió pasar de un 0% a un 15% de participación de mercado.

*Una pregunta personal para director de ProChile: ¿para usted qué significa, qué le hace sentir “made in Chile”?*

En primer lugar me siento muy orgulloso de ello, luego para mi significa salud, significa una calidad excepcional y es el sello identificador de un país estable y por ello con acceso a muchos mercados.



## HAZELNUT FIELDS IN CUMPEO: GREETINGS FROM “CONDORITO” AND FROM ALBA

**It is simply impossible to be in Cumpeo in the Maule province (Region VII) without meeting “Condorito”, the comic-strip character created by the Chilean cartoonist René Ríos Boettiger. Since 1949 Condorito and his dog have been as popular in Latin America as Mickey Mouse and Donald Duck.**

Condorito lives in a fictitious town named Pelotillehue which, according to the “father” of the character, is situated between Cumpeo and Buenas Peras. Condorito comic strips usually end with a fainting fit of one of the characters who falls backward on the floor with a loud “¡PLOP!”.

### THE LARGEST HAZELNUT PLANTATION IN THE WORLD

Situated on the outskirts of Cumpeo Frutícola Agrichile is a member of the Ferrero group headquartered in Alba, Italy. Established in 1992 as a subsidiary of Ferrero Germany the company is responsible for the production and acquisition of the strategically most important raw material: hazelnuts. Since 1999 Ferrero has purchased land on a large scale in the vicinity of

## CAMPOS DE AVELLANAS EN CUMPEO: SALUDOS DE “CONDORITO”

**Es prácticamente imposible estar en Cumpeo en la provincia Maule (VII Región) y no encontrarse con el “Condorito” del dibujante chileno René Ríos Boettiger. Desde 1949 Condorito y su perro cuentan con una gran popularidad en Latinoamérica, muy similar a la de Mickey Mouse y el Pato Donald.**

Condorito vive en la ciudad ficticia de Pelotillehue la cual según el “creador” de la figura de cómic se encuentra entre Cumpeo y Buenas Peras. Una característica peculiar de la tira cómica, es que al final de cada historia, uno o varios personajes se desmayan, acompañado de un ¡PLOP!.

### LA MAYOR PLANTACIÓN DE AVELLANAS DEL MUNDO

Frutícola Agrichile con sede en las afueras de Cumpeo pertenece al Grupo Ferrero con sede en Alba, Italia. Agrichile se fundó en 1992 como filial de Ferrero Deutschland y desde entonces se ocupa de la producción y adquisición estratégica de la importante materia prima, la avellana. En 1999, luego de haber comprado ya terrenos en San Sebastián, Ferrero compró grandes



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

Cumpeo, called Camarico, where 1,600 ha have been planted with hazelnuts until 2004

Says Eugenio O. Ulrici, Manager: "I believe this is the largest hazelnut plantation in the world in a single piece". In 2006 the company purchased another 700 ha near Temuco in the south, which increased their growing area to 3,000 ha in total. "As a subsidiary of a large group we are lucky that we do not have to find a market for the products from our own production and from associated farmers. We are, however, interested in finding partners.

For several years we have been cooperating with local planters and our partners are highly interested not only in agricultural questions but also in issues concerning the management of such a business. Since 2004 we have been selling planting material, which we grow in our nurseries in Los Niches and Caracas in the Temuco province, to local producers at cost price. Our objective is to purchase the nuts from these plantations at market price. The output is approximately 1 million of hazelnut plants per year." In 2013 Agrichile has exported 6,000 t of hazelnuts in shell from all plantations.

### THE SAME VARIETIES AS IN ITALY

The company plants the same varieties as are grown in the Italian plantations in Piedmont and Viterbo. One third of the surfaces is planted with Tonda gentile (TGL) from Piedmont, another third with varieties from the South such as Giffoni and another third with Barcelona.



Karin Schaufele (Chilealimentos) right

extensiones de tierras en una zona alrededor de Cumpeo, llamada Camarico, en las que hasta 2004 se plantaron 1.600 has con avellanas.

Eugenio O. Ulrici, Gerente: "Creo que ésta es la mayor plantación de avellanas del mundo". En el año 2006 la empresa compró 700 has más en la zona de Temuco, al sur, ahora en total tiene plantadas unas 3.000 has. "Nuestra gran ventaja como filial es que nosotros no tenemos que buscar un mercado para nuestra propia producción y la de nuestros asociados. Pero estamos interesados en encontrar socios.

Desde hace varios años trabajamos con agricultores locales y observamos una y otra vez un gran interés, y no solo en cuestiones agrícolas, también en la gestión de una empresa como esta. Desde 2004 vendemos material vegetal a los productores locales procedentes de nuestros viveros en Los Niches y Caracas en la provincia de Temuco, a precio de coste. El objetivo es posteriormente poder adquirir de estas plantaciones avellanas a precio de mercado. La producción es de aproximadamente un millón de plantas de avellanas al año". En 2013 Agrichile ha exportado, de todas sus plantaciones 6.000 tn, de avellanas con cáscara.

### LAS MISMAS VARIEDADES QUE EN ITALIA

La empresa cultiva las mismas variedades que las de las zonas productoras italianas en el Piamonte y Viterbo. Un tercio de la superficie está plantada con Tonda gentile (TGL) del Piamonte, otro tercio con variedades del sur Italia como Giffoni y el resto con Barcelona. "En nuestro programa de expansión las variedades del Viterbo juegan un papel deci-

"The varieties from Viterbese are playing a key role in our expansion program", says Eugenio Ulrici. In the South the Barcelona variety is prospering, as well as Giffoni. "For Ferrero's standard range of products like chocolate TGL is suited. It has an excellent taste and is easily grown here in Chile. Sometimes the adaptation to the local conditions poses some difficulties.

For this growing area the Giffoni variety is the best compromise between quality, size and taste. In terms of taste Giffoni is clearly superior to Barcelona and we also found out that the Barcelona kernel is actually too big for our production." Overall the shell of Chilean hazelnuts is thicker than that of Mediterranean nuts. The kernel percentage of the nut is 44% for Giffoni, and 39-40% for Barcelona. "We know," says the Agrichile directive "that this percentage is better in other growing areas. The point is, however, that the quality of the nut is excellent. I am absolutely convinced that we owe these characteristics to the very dry weather during harvest time. For this reason we produce a particularly healthy nut without any disease or insect infestations."

sivo", dice Eugenio Ulrici. En el sur la variedad Barcelona funciona muy bien, también la Giffoni. "Para el programa estándar de Ferrero la TGL es la más adecuada. Tiene muy buen sabor pero tiene algunos problemas a la hora de cultivarla aquí en Chile. hay que adaptarla a las condiciones chilenas.

La Giffoni es para esta zona productora la mejor en relación a calidad, tamaño y sabor. El sabor, es considerablemente mejor que la de la Barcelona y también se ha constatado que para nuestra producción de chocolate el grano de la avellana Barcelona es demasiado grande." En general la cáscara de las avellanas chilenas es más gruesa que las de las avellanas mediterráneas. El porcentaje de grano en la avellana es en el caso de la Giffoni de un 44%, en la Barcelona 39-40%. "Sabemos", explica el directivo de Agrichile, "que en otras zonas productoras esta relación es más ventajosa. Sin embargo, el punto fuerte nuestro es que la calidad de nuestra avellana es muy especial. Estoy convencido de que esta característica se la debemos al clima seco durante la cosecha y gracias a ello producimos aquí una avellana muy sana, sin grandes problemas por enfermedades y plagas".





## THE CLIPPER CHILE SPECIAL



### CHILEAN QUALITY WILL MEET GLOBAL STANDARDS

#### Interview with Antonio Aguirre, General Manager, Maipofoods (MF), Buin

In my opinion, this year is the worst for Chile, meaning the lowest production volumes from the last five years. We don't know all the details yet, but the estimates predict to be half of a normal crop volume, which has been originally expected at 70,000 to 80,000 t. This is quite a hard blow for us, because Chile produced 70,000 t last year which represented an excellent harvest. We knew it would be less this year, that's why we started our first estimates with minus 20%, then 30%, but now we face up to the fact that we might have to deal with a loss of 40-50%.

#### Which are the reasons for this dramatic crop failure?

Certainly the climatic factors are decisive. We have had bad weather during blossoming, but the experts cannot agree on whether it was too warm or too cold. I believe that after two record crops we have experienced an on-year/off-year effect, in other words the trees were exhausted and needed a rest. Normally plum trees do not show this two-year bearing performance. From Rancagua up to the North the crop

### LA CALIDAD CHILENA ALCANZARÁ ESTÁNDARES MUNDIALES

#### Entrevista con Antonio Aguirre, Gerente General, Maipofoods (MF), Buin

Yo creo que este es el peor año en Chile, con la menor producción. Todavía no tenemos datos concretos pero las estimaciones apuntan a que solo se alcanzará la mitad de la cosecha que habíamos previsto de entre 70.000 y 80.000 tn. Esto es un duro golpe pues Chile produjo el año pasado 70.000 tn, lo que es una muy buena cosecha. Ya sabíamos que habría menos, y nuestras previsiones iniciales se situaban en un 20% menos, luego se incrementó a 30% menos y ahora constatamos que puede ser entre 40-50% menos.

#### *¿Cuáles son los motivos para la pérdida de la mitad de la cosecha?*

Sin duda las condiciones climáticas adversas han sido el principal causante, y sobre todo el mal tiempo durante la floración, aunque hay disparidad de opiniones entre los expertos. Unos dicen que ha hecho demasiado calor, otros demasiado frío. Mi opinión es que tras una cosecha record del año pasado se ha producido un efecto On-year/Off-year, con otras pala-



volumes were standard and in some cases even excellent. But south of Rancagua – here I draw a virtual line – the harvest was a complete disaster. Some companies have achieved just 10% of their normal yields.

*Where do you source the raw material?*

60% from the North and 40% from the South.

*Then you were lucky this year.*

No, nobody in the industry is happy with this situation. Our production is currently running at one-shift operation, normally we have two-shifts. This will last until September and then we will run out of raw material. End of story! You can see some shipments here, but we cannot dispatch them until we have packed everything. And there is another aspect: we have expanded our production considerably: we started with four Ashlock pitters, now we have ten machines – but we lack the raw material. Prices have skyrocketed and we reckon to achieve 40-60% above average. You cannot imagine how we had to fight for any kilogram with the producers.

bras, los árboles estaban agotados y han necesitado descanso. En los ciruelos normalmente no es habitual la alternancia tan marcada. Desde Rancagua hasta el norte los resultados de cosecha han sido normales y en algunos casos incluso positivos. En el sur de Rancagua – aquí trazo una línea – la cosecha ha sido realmente un desastre con empresas que solo van a obtener un 10 % de su cosecha normal.

*¿De dónde procede su materia prima?*

60% del norte y un 40% del sur.

*Entonces ¿este año ha tenido suerte?*

No, nadie en el sector ha tenido suerte con esta situación. En estos momentos en producción solo tenemos un turno de trabajo, y normalmente, tenemos dos. Esto durará ahora hasta septiembre, y entonces ya no tendremos materia prima. ¡Se acabó! Usted puede ver aquí un par de pedidos, pero no los podemos enviar hasta que esté todo envasado. Y hay otro aspecto: la capacidad de producción la

**Maipofoods**  
Premium Quality Food

**HEALTHY PRUNES FROM CHILE TO THE WORLD**

MF S.A. - CHILE  
[www.maipofoods.com](http://www.maipofoods.com)  
[sales@mfsa.cl](mailto:sales@mfsa.cl)



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL



Antonio Aguirre

*Who is profiting from this situation? California has also produced less than normal.*

Clearly Argentina. Their crop volumes were normal to high. Argentina has regular customers for medium to small sizes. Their main buyer is Russia, but also other countries. I guess that prices are lower than for Chilean goods. Nobody there has expected these volumes. The processing capacities have clearly been exceeded.

*Have Chilean processors bought prunes from Argentina? In the past it was often the other way round.*

Only very few. You see, our free trade agreements apply to very remote countries, only seldom to our neighbours. And the red tape for such a deal is tremendous. To import a non-Chilean product to Chile is still a very hard job.

*What does the future hold for the Chilean prune sector?*

The future is safe, no doubt. Chile has permanently supplied large volumes to the global market and our quality also meets global standards. The processing facilities have been modernized, the companies work according to international standards or are just being accredited.

hemos ampliado considerablemente, de cuatro Ashlock-Pitters hemos pasado a diez máquinas deshuesadoras, pero nos falta la materia prima. En lo que a los precios se refiere, estos se han disparado, y estamos hoy un 40-60% por encima de la media del año pasado. No se puede imaginar como tenemos que luchar con los productores por cada kilo.

*¿Quién se beneficia de esta situación? California también tiene menos.*

Claramente Argentina. La cosecha allí es normal incluso más grande. Argentina tiene sus clientes fijos para los calibres medios y pequeños, el mayor es Rusia, pero también hay otros. Los precios, creo yo, son menores que para el producto chileno. Allí tampoco contaban con este volumen. Las capacidades de proceso se han sobrepasado considerablemente.

*¿Los procesadores chilenos compran ahora mercancía argentina? En muchas otras ocasiones ha sido al revés*

Poco, poco. Fíjese, nuestros acuerdos de libre comercio son en mayor parte con países lejanos, y no con nuestros vecinos. Y la burocracia en un negocio de este tipo es enorme. Traer un producto no chileno a Chile todavía lleva detrás mucho trabajo.

*¿Qué le depara el futuro al sector de la ciruela seca chilena?*

El futuro sin duda alguna está asegurado. Chile provee al mercado mundial de forma continua con mayores volúmenes, y la calidad también responde a los estándares mundiales. Las empresas se modernizan. Trabajan siguiendo los estándares internacionales o están en fase de acreditación.

Si observamos los mercados, pensando en primer lugar en los Estados Unidos, me acuerdo de Dane Lance, Presidente de Sunsweet, quien ya ha alertado de una irremediable sobreproducción.

Este año es excepcional, pero si pensamos en que Chile en pocos años puede alcanzar las 100.000 tn, y si los Estados Unidos, más o menos, mantiene su volumen en el mercado ¿entonces qué sucederá? que tendremos exactamente la situación que Dane Lance describió el año pasado en Rancagua.

*Talking about the markets, I am thinking primarily about the US. I clearly remember the warnings of Sunsweet president Dane Lance, who predicted a "hopeless" overproduction.*

Let's exclude this year as a special case. But assuming Chile will produce 100,000 t within a few years and the US will hit the market with more or less the same volume – what then? That's exactly the situation that Dane Lance described in Rancagua last year.

*And what about quality? Will it be more or less the same?*

We have improved quality considerably in the past years, but some customers still consider the quality of Californian prunes as more consistent. In Chile you may notice fluctuations in quality.

*And what about walnuts?*

The idea itself is good, but not for me. I'm not a crop hopper. It's a good idea to diversify but you see how it is in Chile. This year you might consider switching to walnuts, but next year, which might be a record crop year again, all these strategic considerations will fade away. Such a decision starts at the very beginning: If you don't have your own plantations, you must buy the goods on the market. Then it simply doesn't matter what kind of goods you pack and export.

*Antonio, you are virtually sitting on your packed suitcase while we are talking here. Once we are finished, you go to the airport and travel via Los Angeles to the Far East. Are you off to China?*

No, this time I chose South Korea.

*Why?*

The market is ready and it has always been practically dominated by California. But regardless of this fact, there is an additional demand potential for us because Koreans have a very healthy lifestyle. And here we all agree – prunes fit in perfectly.

*Then enjoy your stay and travel safely!*

*¿Y la calidad? ¿es más o menos la misma?*

Los últimos años se ha trabajado mucho por la calidad; pero hay clientes quienes siguen pensando que la calidad de California es más constante, mientras que en Chile hay oscilaciones.

La idea como tal es buena, pero no para mí. No soy un "bad crop Hopper". La idea de diversificar está bien, pero también hay que tener en cuenta como está la situación aquí en Chile. Este año aún se podría plantear un cambio a nueces, pero el año que viene, en el que quizás estemos de nuevo con una cosecha record, deja fuera todas estas opciones estratégicas. Una decisión de este tipo comienza en el inicio: no tienes plantaciones propias, vas al mercado y compras producto. Entonces no importa tanto qué tipo de producto envasas y exportas.

*Antonio, mientras hablamos, usted tiene ya la maleta preparada, y cuando nos marchemos, se irá al aeropuerto y volará, vía Los Ángeles, al lejano oriente. ¿A China?*

No, esta vez a Corea del Sur.

*¿Por qué?*

El mercado es muy receptivo, y ha sido y está prácticamente dominado por California. Pero quitando esto, también se observa un importante potencial de crecimiento, pues los coreanos tienen una forma de vida muy saludable. Y - en este punto estaremos de acuerdo - , la ciruela seca encaja perfectamente.

*¡Le deseo buen viaje!*



Temple view of Seoul, capital city of South Korea



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### A NEW COMPANY IMAGE

Juan Estebán Balbontín has been active in the prune industry as a producer and exporter since 1989. "Two years ago I started a new project while introducing a new image, at the same time," he says. However, he has continued to work with the same producers as before and also including new experimented growers. "I appreciate that these producers have a lot of know-how in the production and drying of fruits. They know exactly what I need and this is the main asset I've brought with me into this new company, San Estebán Foods – along with some investments and improvements in processing

But the farmers also know what the buyers want. And this is extremely important for a market-oriented production today." Balbontín remarks that in Chile many prune producers have started to produce more professionally, „but they are still in the fledgling stages concerning harvest and professional drying."

While Balbontín has a new company image, his standards and knowledge are transfer to growers side in order to connect production to the market. The market which is evolving faster than ever. "As a supplier we are committed to follow these market trends and also the new markets that has been developed" What is new for prunes? Says Juan Estebán Balbontín: "There are quite a few things that have moved onwards, for example the accuracy for the degree of moisture, the preservative content, the pit fragment content. All parameters concerning quality issues.

Concerning pit or pit fragments we must be even more careful to remove its. I can tell you that we have

### NUEVA IMAGEN DE EMPRESA

Juan Esteban Balbontin está activo desde 1989 en el sector de la ciruela seca tanto como productor como exportador. "Hace dos años inicié un nuevo proyecto y al mismo tiempo una nueva imagen", nos comentaba. Sigue trabajando con los mismos productores que antes y además ha incorporado otros con mucha experiencia. "Lo bueno es que los productores son especialistas y tienen mucho "kown-how" en la producción y el secado de ciruelas Dagen. Saben exactamente lo que necesito. Esto junto a algunas inversiones realizadas, es lo que he llevado a cabo en esta nueva empresa San Esteban Foods.



Juan Estebán Balbontín (right)

Los productores también saben lo que quiere el cliente. Y esto es muy importante para una producción orientada hacia el mercado. Balbontin viene observando que en Chile muchos productores han comenzado a profesionalizarse en la producción, "pero todavía se encuentran algunos en una fase de aprendizaje en lo que a la cosecha y un secado profesional se refiere". Ahora cuenta con una nueva imagen de empresa y su énfasis es transmitir y conectar su conocimiento entre el productor y el mercado.

El mercado evoluciona con rapidez y como proveedores debemos adaptarnos a las tendencias del mercado y también incorporarnos a los nuevos mercados que se están desarrollando".

¿Qué novedades hay en la ciruela seca? Juan Esteban Balbontin: "Hay algunas cosas que han evolucionado, como son las exigencias y precisión en el contenido de humedad, el contenido en persevante, en niveles de carozos o fragmentos. Todos parámetros muy importantes relativos a la calidad del producto. En lo relativo a carozos o fragmentos de carozo, estamos prestando mucha atención a este aspecto y hemos aplicado rigurosos procedimientos de manejo y de

managed and apply advantages controls in order to eliminate nearly all pit remains. As you know it is impossible to guarantee 100% safety, but I would say that we are closet to that level.

With regard to his clients, Balbontín confirms that he has kept good confident with most of regular customers but has also won new ones with the new image, in new markets but also in traditional ones. "Today it is crucial to be present, in trade magazines, at trade fairs but also by visiting customers personally."

Was it bad timing to change the company and image while the industry is suffering from a lack of raw material? "No, I cannot confirm this. As I said I have kept my former producers and I am adding new ones. That's why the raw material volume which I need for my business has not dropped – It's true that general chilean production droped quite much , but not all areas dropped, some of them kept staedy- Also Price level rised considerably. Therefore, in my opinion, it was a perfect timing for the change.

control con el fin de acercarnos al 100% de confianza, estamos muy cerca de ese nivel.

En relación a sus clientes, Balbontín mantiene la confianza de sus clientes habituales, sin embargo en esta nueva etapa ha incorporado nuevos que han demostrado buena aceptación. "Hoy en día es necesario estar presente, en revistas especializadas, también hay que acudir a las ferias, pero muy importante es visitar personalmente a los clientes..."

¿Quizás no ha sido el momento más adecuado para cambiar la imagen de la empresa, teniendo en cuenta que el sector sufre una merma de materia prima?"No lo puedo confirmar. Como he comentado mantengo los mismos productores y hemos incorporado nuevos . En este sentido la cantidad de materia prima que yo necesito para mi negocio no ha descendido. Es verdad que la producción chilena bajo fuertemente, pero no en todas las zonas, algunas mantuvieron su nivel- También los precios internacionales se han elevado considerablemente. En este sentido yo creo que se ha elegido bien el momento para el cambio.



# Life for ever




**SAN ESTEBAN** FOODS



**Phone:** +56 2 2 756 31 00  
**Mobile:** +56 9 9239 46 26  
**jebalbontin@sanestebanfoods.cl**  
**www.sanestebanfoods.cl**



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### WILD ROSE HIPS FROM BIO-BIO

In the Mapuche native language Puelche means „Viento cálido dela cordillera“ (warm wind from the mountains). Grupo Puelche consists of five companies (Puelche, Plantabio, Agrícola Nancagua, Huerzos Santa Inés and Puelche Fresh) and is active in two fields of business: natural (dried) fruits and fresh fruits. Fresh fruits include apples and blueberries, all from organic production.

“In the Regions VII thru X (Curicó to Osorno) blueberries are grown, while here in the Region VIII (Bio-Bio) we have rose hips,” explains Fernando Wittwer Hoffmann, General Manager. Grupo Puelche dries and ships not only rose hips (Rosa Mosqueta), but also matico, chamomile, apple mint, peppermint, melissa, broad leaf plantain, fennel, St. John’s Wort, as well as linden.

According to Wittwer, Chile has exported 5,500 t of rose hips in the past years. “For Germany Chile is the main supply country of these fruits. 70% of dried rose hips consumed in Germany are imported from Chile. You must know that in Germany rose hips are not

Fernando Wittwer H. (right)



### ROSA MOSQUETA SILVESTRE DE BIO-BIO

El Grupo Puelche, lo que en la lengua de los indios mapuches quiere decir "Viento cálido de la cordillera", con sus 5 empresas (Puelche, Plantabio, Agrícola Nancagua, Huertos Santa Inés y Puelche Fresh) está activa en dos sectores: Productos naturales deshidratados y frutas frescas. En las frutas frescas se trata de manzanas y arándanos, todo ecológico.

“En las Regiones VII a la X crecen arándanos (Curicó a Osorno), mientras que aquí en la Región VIII (Bio-Bio) está la rosa mosqueta”, explica Fernando Wittwer Hoffmann, Gerente General. Junto a la rosa mosqueta Puelche realiza envíos de matico, manzanilla, menta blanca, melisa, menta negra, llantén, hinojo, hierba de San Juan y tilo. Chile, dice Wittwer, exporta todos los años aprox. 5.500 tn de rosa mosqueta.

“Chile es el principal país proveedor de este producto en Alemania. Un 70 % de la rosa mosqueta seca que se consume en Alemania procede de Chile. Hay que matizar que en Alemania, la rosa mosqueta no se utiliza solo para té, también se usa en la industria farmacéutica y de cosméticos, así como en el sector agroalimentario. “Puelche exporta a Europa, los Estados Unidos, a Japón y en el mercado interior también tiene una cuota importante, en total unas 800 tn al año. Con ello la empresa se sitúa en segundo puesto entre los proveedores de rosa mosqueta de Chile con aproximadamente un 15 % del volumen. El negocio ya no crece; se mantiene muy estable desde los últimos cinco años. “Los costes para la materia prima aumentan”, informa el gerente de Puelche, “trabajamos con proveedores que nos suministran la mercancía. Y la rosa mosqueta aquí crece de forma silvestre. Entre tanto tenemos 60 has con rosa mosqueta cultivada. Pero el grueso crece de forma silvestre y nos la suministran.

La especulación en cantidad y precio es muy grande, y a veces no recibimos la cantidad de materia prima que necesitamos. La gente ya no tiene tanto interés en recolectar rosa mosqueta debido a otras alternativas de trabajo menos exigentes y más rentables que el país ofrece. Muchos opinan que se puede ganar bastante más dinero trabajando en el norte en las minas de cobre o vendiendo móviles en los centros comerciales”. Wittwer calcula con un porcentaje de coste del 70 al 75% solo para la materia prima. El

only used as tea or infusions but also in the pharmaceutical and cosmetic sectors, as well as in the food industry." Puelche exports to Europe, the US, Japan and has also a substantial share in the domestic market, totaling 800 t per year. With this volume the company ranks second or third among Chile's rose hip producers and fourth among the exporters with a share of about 15%.

For the past five years, the business has remained stable without any growth rates. "The costs for raw material are soaring," says the director of Puelche. "We cooperate with companies who supply us with the fruits. Rose hips normally grow wild here. Meanwhile, we have cultivated rose hips on 60 ha. But the majority of the fruits come from the wild and is delivered to us by farmhands. Speculations are growing as wild as the plants, and sometimes we don't get the volumes of raw material we need. People no longer want to collect rose hips because you need to bend down all the time while picking them. Many people think they can earn much more in the copper mines in the North or by selling mobile phones in the shopping center." Wittwer estimates that the costs for raw material make up 70 – 75% of the total costs.

"The problem is that the buyers in Europe determine the price and they don't care if we have huge extra costs here at the source. For us this means that we have to tell our suppliers: This is our price, we cannot pay more." A way out of this situation is diversification into other business areas, and Fernando Wittwer also mentions a new product: dried chamomile. In contrast to rose hips chamomile can be cultivated. Puelche already owns 150 ha of growing area for this product. "We have started to produce chamomile ten years ago. Back then we yielded 30 t, meanwhile we produce 550 t. Our advantage is that we have our own seed production which enables us to control quality because we breed our own seeds. This is a quality feature which is greatly appreciated by our customers."

For many centuries the valleys in the south of the country have been the origin of medicinal and aromatic herbs and plants. The biologist Eduardo Weldt had the vision that Chile could supply the entire world with these precious products. As early as 1974 he exported 50 t of dried and processed rose hips to Germany. In 2014 Grupo Puelche will celebrate its 40th anniversary with the slogan "agregar valor a lo natural" – "adding value to natural".



problema reside en que los importadores en Europa son los que han decidido estabilizar el precio aburridos de los continuos cambios pero no se preocupan de que aquí en origen tengamos muchos más costes. "Para nosotros es muy importante que desde nuestra posición digamos a nuestros proveedores de materia prima: "este es el precio. Más no puede ser". La salida de esta situación es la diversificación a otros sectores, y Fernando Wittwer menciona también el producto: manzanilla. Ésta, a diferencia de la rosa mosqueta, se cultiva y Puelche cuenta con una superficie de aproximadamente. 200 has. "Comenzamos con la manzanilla hace mas de 25 años. En un principio exportamos 30 tn, ahora 550 tn. Nuestra ventaja es la propia producción. Tenemos la posibilidad de controlar la calidad pues la semilla también es nuestra. Esto es un sello de calidad y nuestros clientes lo valoran,"

Los valles en el centro sur del país han sido desde hace siglos el origen de plantas medicinales y hierbas aromáticas. El biólogo Eduardo Weldt Suazo, actual Presidente de la compañía ya avisó un día que Chile podía suministrar al mundo con ellas. En el año 1974 ya exportó a Alemania 50 tn de rosa mosqueta. Y Puelche celebrará en 2014 sus 40 años de existencia bajo el Slogan „agregar valor a lo natural“



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### CHILE IS A RELIABLE SOURCE OF DRIED FRUITS AND NUTS

**Interview with Juan Andrés Lira,  
Commercial director, Anakena, Santiago**

*First of all some questions regarding the walnut industry in Chile: in only ten year Chile has merged as a high quality supplier to the world. How did this development take place?*

There was a change of mind regarding production and quality some twenty years ago. In between there was quite some time of learning and checking out which were the best suited varieties with the aim of optimizing the yield, the quality and the processing of the walnut. The key point for the buyers has always been the fact that Chile has shown to be a reliable source guaranteeing the quality and longstanding business relationships.

*Chile has since then commanded a premium on other suppliers as the USA. Which are the reasons for that?*

The climatic conditions in our countries speak for themselves. In the middle sector Chile offers some advantages for the walnut growing. And it is an 'phytosanitary island' with natural barriers for diseases and insects: in the North the Atacama

### CHILE COMO UN PROVEEDOR SERIO

**Entrevista con Juan Andrés Lira, Director comercial,  
Anakena, Santiago**

*¿En primer lugar dos preguntas en relación al sector de las nueces chilenas: en solo diez años su país se ha convertido en uno de los grandes productores de nueces de calidad. ¿Cómo valora Ud. este desarrollo?*

Pienso que este desarrollo se produjo por el cambio de mentalidad en cuanto a producción y calidad de la misma que tuvo Chile hace más de 20 años. Fueron muchos años de aprendizaje desde entender cuales eran las variedades que mejor resultado experimentaban en Chile, hasta como avanzar en los rendimientos productivos, calidad y forma de procesar la nuez. A ojos del mundo, fue clave que vieran a Chile como un proveedor serio, que entregaba garantías de calidad y de relaciones de largo plazo.

*¿Chile, frente a los Estados Unidos, siempre cuenta con una ventaja en el precio. ¿Por qué?*

Las condiciones climáticas de Chile son fundamentales para este logro. Chile posee un clima en la zona central con muchas ventajas para la producción de



Desert, the Antártica in the South, the Andes Mountains in the East and the Pacific Ocean in the West. All these factors enable us to produce walnuts under the best possible conditions. Furthermore, we have the advantage of the Southern Hemisphere and the taste and the colour of the walnuts are intrinsic factors.

*Anakena has been renowned as the no. 1 walnut export company. Please elaborate on the history of your company.*

The company was founded in 1991 with the single aim to start over the history of the walnut industry. The partners of the company are agricultural engi-



**Juan Andrés Lira**

neers, which are active in the walnut industry. The aim of the company is to export own production and those of the family and friends.

Anakena today is the most important processor and exporter of walnuts in Chile and the Southern Hemisphere. The special feature of the company is the vertical integration. That means, from the nursery (we own one of the major walnut nurseries in the country, the Vivero Angostura) to the plantations. We are the leading processing company by mechanical means and exporting to all the five continents. Our emphasis is on the export of walnut kernels.

nueces. Posee además una isla sanitaria con barreras naturales notorias que impiden el ingreso de plagas y enfermedades como son el desierto de Atacama en el norte; la Antártica en el Sur; la cordillera de Los Andes al este y el Océano pacífico al Oeste. Todas estas condiciones naturales, ayudan a tener excelentes condiciones para producir nueces. Por otro lado, la contra estación, el sabor y color de sus nueces ya son reconocidas en todo el mundo.

*¿Anakena tiene la reputación de ser el número uno entre los exportadores de nueces de este país. ¿Podría mencionarnos algo sobre la historia de esta empresa?*

Anakena nace en el año 1991 con la plena convicción de cambiar la historia existente hasta esos días en la producción de nueces en Chile. Es una empresa en la cual sus socios son Ingenieros Agrónomos, ligados a la producción de nueces y que decidieron dar este giro exportando sus propias producciones junto a la de sus familiares y amigos.

Hoy en día es la principal procesadora y exportadora de nueces de Chile y del Hemisferio Sur, está integrada verticalmente, lo que implica que está conectada desde la producción de árboles de nogal (posee uno de los principales viveros de nogales de Chile; Vivero Angostura); pasando por la producción de nueces en sus propios campos, líder en el procesamiento de nueces de manera mecánica y es un exportador presente en todos los Continentes del mundo. Hoy en día esta fuertemente concentrada en la exportación con valor agregado, vale decir nueces sin cáscara.

*¿...y sus principales mercados son?*

Nuestros principales mercados están abiertos al mundo, tenemos una fuerte presencia en los países de Europa y América Latina. Y en estos últimos 2 años, el mercado Asiático ha jugado un rol muy importante para Anakena, liderado por Corea del Sur.

*¿Consecuencia del mayor volumen muchos procesadores optan por partir las nueces de forma automática. ¿Cuál es su opinión al respecto?*

La producción de manera mecánica, para Anakena fue un paso necesario dada las condiciones de desarrollo y crecimiento que estábamos teniendo. Hoy en día con 7 años de experiencia en este tipo de proceso, nos posiciona como una alternativa seria, válida y lo



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

*Which are the major markets?*

Anakena is very strong in Europe and on the Latin American, what we call 'regional markets'. In the last two years the Asian market has gained in importance, especially South Korea.

*Due to higher volumes processors switch to mechanical shelling – your comments, please.*

For us the introduction of mechanical shelling was necessary due to the very fast development of our business. Now we are in year seven in this kind of processing and it is, in fact, a very reliable alternative, as it offers quality, which is in high esteem of all our customers. On the other hand this kind of processing is under constant scrutiny as is the whole organisation aiming for the best ever results obtainable.

*And there is another tendency in the industry: processors of raisins (and prunes) are approaching the walnut export markets. Are there now too many players in the Chilean walnut export market?*

Look, this development of our industry is not a secret and its contribution to the export result is quite visible (with 20% increase annually). This increase in sheer numbers leads to more exporters in this particular business. It goes without any doubt that the majority of the exporters are doing exports of walnuts in-shell.

*Your outlook to the future, regarding the quality of Chilean walnuts, regarding the production volume and regarding the competitive edge Chilean walnuts still have.*

It's without any question that we will maintain our pole position regarding quality. Chile will maintain the increase in production as well as productivity, says, for the next five years. We will maintain our efforts to explore new markets and alternatives like new products and packaging formats. In short, we are convinced that we are using the opportunities which the world market offers to the best of our knowledge.

que es más importante, manteniendo una calidad a toda prueba, reconocida por todos nuestros clientes. Es un constante desarrollo y compromiso de toda la organización, en post de obtener los mejores y más confiables resultados de proceso.

*¿Y apreciamos otra tendencia en el sector. Procesadores de ciruelas secas y uvas se están fijando en el sector de las nueces. ¿Habrá pronto demasiadas empresas en el mercado de las nueces?*

No es secreto el éxito de esta industria en los últimos años, y es sin duda uno de los factores importantes del aumento productivo de Chile (que crece a una tasa del 20% nominal anual en su producción); y este aumento productivo también se hace notar en el número de Exportadoras que se han ido incorporando. Sin perjuicio de eso, es importante destacar que el gran número, se concentra en la Exportación de nueces con cáscara.



*Sus previsiones de futuro en relación a la calidad de las nueces chilenas, volumen de producción y ventajas competitivas de las nueces chilenas.*

Pienso que para mantener nuestro liderazgo en calidad, habrá que hacer esfuerzos consistentes, que sostengan lo que se ha hecho hasta hoy en día. Chile mantendrá su nivel de crecimiento productivo garantizado, por lo menos para los próximos 5 años, y ya con volúmenes superiores, deberemos mantener la seriedad en la producción y cumplimiento; explorar permanentemente nuevos mercados y alternativas; desarrollar nuevos productos y formatos, etc. En resumen, no detenernos en los avances y en las oportunidades que el mercado nos ofrece.

# ANAKENA

*Nuts for your health*

The main processor and exporter  
of chilean walnuts

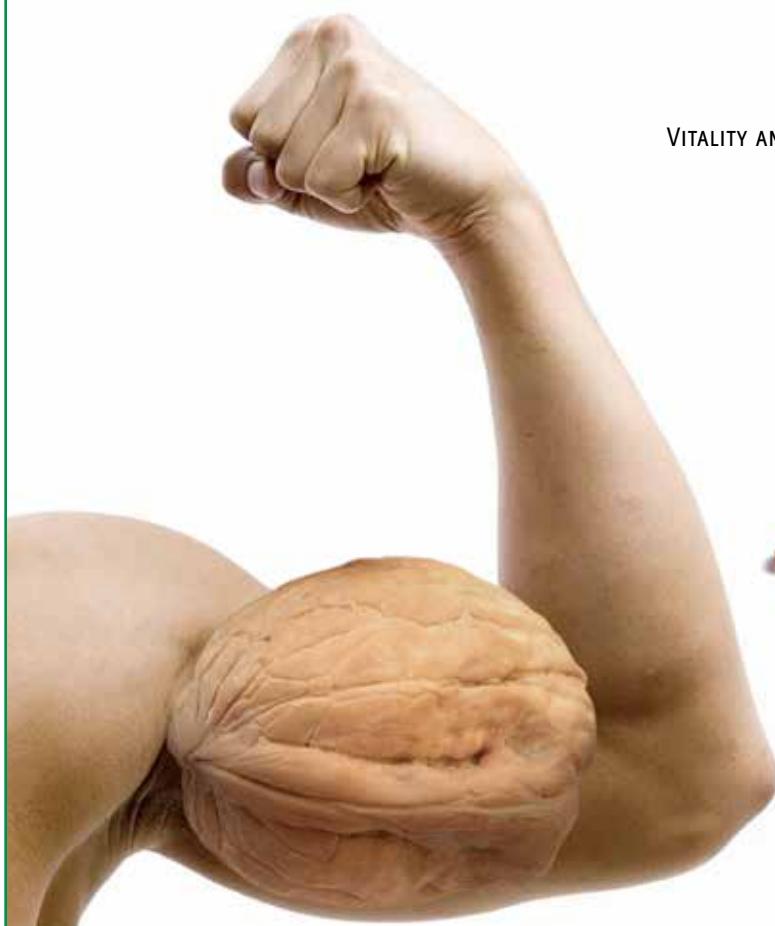
EL PRINCIPAL PROCESADOR Y EXPORTADOR  
DE NUECES CHILENAS



Your reliable partner in the Southern Hemisphere  
SU SOCIO CONFIALBE EN EL HEMISFERIO SUR

Exportadora Anakena Ltda. • Casilla 335 • Correo Buin • Chile  
Tel. (56-2) 2 824 37 02 • Fax (56-2) 2 824 18 99 • Email [anakena@anakena.cl](mailto:anakena@anakena.cl)

[WWW.ANAKENA.CL](http://WWW.ANAKENA.CL)



VITALITY AND HEALTH IN EACH RAISINS AND ALL OUR OTHER PRODUCTS



  
Exportadora de Frutas Secas Chile S.A.

[www.frutasecallegro.cl](http://www.frutasecallegro.cl)





## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### CHINA AND TAIWAN ARE THE NEW MARKETS

The main activity of “Exportadora de Frutas Secas Chile S.A.”, Bucalemu, Los Andes, is the production of dried grapes. The company purchases both fresh grapes for drying and dried grapes from various producers. Due to the late harvest and climatic conditions 2013 is a special year. The market price is 20% higher than at the same time in the previous year.

Says director Mauricio Villate Allegro: “Despite the overall difficult conditions we will export 2,000 t this season. Buyers were particularly interested in the Flame and Thompson varieties in several sizes. Besides that there was a good demand for Crimson and finally Red Globe, a grape which is very important for the Asian markets.

The results for this year are within our expectations. In the North, in Copiapó, where 100% of the fruits are sun dried, we were much more satisfied with the quality. In the central region we had good sizes, but the harvest was too late and there were some climatic problems in January, which reduced the quantities of the Flame variety. The prices are very high. For the 2014 season they expect to increase their presence in all markets.

“For us maintaining the brand name and distribution on a worldwide scale is imminent. My uncle started with that some 40 years ago, and travelling around the world customers tell me that they like the “Allegro” brand. For me it is very important to maintain this heritage and keep it for the following generations”, says Mauricio Villate.



### CHINA Y TAIWAN ...MERCADOS EN LOS QUE CRECEREMOS

La principal actividad de “Exportadora de Frutas Secas Chile S.A.”, en Bucalemu, Los Andes, son las pasas. Se compra tanto uva fresca para secado como pasas de los productores. El año 2013 está siendo especial como consecuencia del retraso de la cosecha y las condiciones climáticas que afectaron la uva. El precio está un 20% más alto que durante el mismo periodo del año pasado.

Mauricio Villate Allegro, Director “A pesar de las complicadas condiciones terminaremos exportando 2,000 ton. Los compradores siguen buscando las variedades Flame y Thompson, en sus distintos calibres, a pesar que han ido ingresando fuertemente otras como la Crimson y, ahora último, la Red Globe, con la apertura de los mercados Asiáticos.

En general, nuestra empresa está dentro de las expectativas que nos planteamos. En Copiapó, al norte de Chile, estamos muy contento con la calidad, a pesar que sus calibre se dieron muy medianos. Esperamos que esto mejore para la próxima temporada, ya que los mercados están acostumbrados a las pasas grandes y estamos buscando no movernos de este formato. En la zona central tenemos muy buen calibre, pero existieron problemas de atraso en la cosecha y condiciones climáticas adversas para la uva en enero, lo cual mermó los volúmenes de uva Flame. No obstante, trabajamos para satisfacer las necesidades de los mercados. Los precios están altos, pero son precios internacionales que no los coloca Chile y si la oferta y demanda mundial” dice Mauricio Villate.

Para la temporada 2014 esperamos aumentar nuestra presencia en todos los mercados, siendo nuestro sello dar una buena atención y rapidez en los embarques, como también entregar buenas calidades en nuestras cajas que llegan a los distintos lugares del mundo. “Para nosotros es un orgullo llevar esta marca, que comenzó mi abuelo hace 40 años, y poder viajar por el mundo encontrando, todavía, clientes que tienen presente los inicios de la marca “Allegro”. Para mí este es un legado que queremos mantener y mejorar en más generaciones” dice Mauricio Villate



## NATURAL PROCESSES ARE TRENDY

"We process berries like blueberries, raspberries, strawberries, cherries and local berries like maqui berry and murta berry. Our sales and production levels have increased year after year, but we are not reaching our full production level since this is only our third year in the market" said Sandra Bock, Vilkun's General Manager. The company belongs to San José Farms and is integrated with its agriculture production. Half of the fruit processed by Vilkun comes from San José Farms, allowing to have full traceability to each of the products. The balance of the fruit is bought to local growers. San José Farms have 500 Ha of blueberries fields, Their complete growing area totals 1800 ha including avocado and walnuts.

*Can you call products after osmotic infusion still "natural"?*

Sandra Bock replies: beyond sugar, we don't use any other kind of additives like color and preserving agents. In some cases, and by our customer's request, we replace the sugar syrup by apple juice concentrate for organics as well as conventional fruit. This way the products are 100% fruit. The trend right now is going to 100% natural products. Our efforts are focused to offer safe and innovative products to all our customers. "Vilkun's flexibility has been one our characteristics.

## LA TENDENCIA SE DIRIGE HACIA PROCESOS NATURALES

Nosotros procesamos berries convencionales, arándano, frambuesa, fresa y cerezas y berries nativos, maquiberry y murta. Los niveles de producción y ventas han aumentado anualmente, aunque todavía no está en sus niveles máximos, pues nos encontramos en el tercer año desde que montamos la planta" comenta Sandra Bock, General Manager de Vilkun, Temuco. La empresa pertenece a San José Farms, se encuentra integrada con la producción agrícola. En el procesado la mitad de la producción corresponde a la empresa madre San José Farms, lo que garantiza una total trazabilidad, el resto procede de agricultores con contrato. San José Farms cuenta con 500 has de arándanos, que junto a aguacates y nueces asciende a un total de 1.800 has de superficie de cultivo.

*¿Tras una infusión osmótica, todavía se puede hablar de producto "natural"?*

Sandra Bock: Salvo azúcar, no se adiciona otro tipo de aditivos, como colorantes, preservantes u otros. En otros casos, y por deseos de los clientes, sustituimos el sirope de azúcar por concentrado de manzana, tanto para frutas orgánicas como para las convencionales, en este caso se habla de productos 100% fruta. La tendencia se dirige hacia productos natu-



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

We have our own R&D department and together with our customers we can develop new processes with other ingredients such as functional ingredients as an example" says Bock.

All the fruit received at our facility from December to April (our Summer) is fresh. Then the fruit is frozen (IQF). This allows us to work and supply our customer the whole year. Our staff is about 100 people in the factory, mostly local people from Fundo Santa Elena and Vilcun, including some member of the Mapuche communities of the area.

For some markets like USA and Korea, Vilkun's need a Phytosanitary certificates issued by Chilean Phytosanitary Authorities SAG (Servicio Agrícola y Ganadero de Chile); for other markets like Europe is enough only to have certified the process. The main market is Europe, Germany, UK followed by Italy. The purchasers are mainly packers which distribute their goods to other European countries. Anew emerging market is Scandinavia.

In Europe and Asia osmotic dried fruits are mainly consumed as snacks, in muffins or by chocolate manufacturers as ingredients.



**Sandra Bock**

rales al cien por cien. Nuestros esfuerzos se dirigen a ofrecer productos seguros e innovadores. "Vilkun se caracteriza por su alta flexibilidad. Disponemos de un departamento propio de investigación y podemos junto con nuestros clientes llevar a cabo nuevos procesos con otras ingredientes, por ejemplo del tipo funcional", dice, Sandra Bock.

Todas las frutas llegan a la empresa en fresco desde diciembre hasta abril, es decir en verano. Todas las frutas se congelan en IQF

(Individually Quick Frozen). Esto permite a la empresa trabajar durante todo el año, y suministrar a los clientes en cualquier momento, y a su vez se da trabajo a los empleados de forma continua. La plantilla fija en la fábrica está formada por unas 100 personas, la mayor parte gente de la zona de los alrededores de Fundo Santa Elena y Vilcun – también entre ellos algunos miembros de comunidades Mapuche de la zona.

Para algunos mercados como los Estados Unidos y Corea del Sur, Vilkun necesita Certificado Fitosanitario realizados por la SAG, Servicio Agrícola y Ganadero de Chile, para otros mercados como Europa es suficiente la certificación del proceso.

El mercado número uno es Europa, destacando Alemania y el Reino Unido, seguidos de Italia. Aquí se trata principalmente de empacadoras que distribuyen luego su producto en otros mercados europeos. Un próximo nuevo mercado podría ser Escandinavia.

En Europa y Asia las frutas tratadas osmóticamente se consumen como snack, también se usa como ingredientes para muffins o bakery o bien se destinan a empresas fabricantes de chocolate.

**Vilkun**

**YOUR CHILEAN PARTNER  
FOR INFUSED DRIED BERRIES**

Highest Quality  
State of the Art Technology  
Confidence  
Food Safety

Innovation  
Full Traceability  
Organics  
HACCP

GMP  
Kosher  
Halal

VILKUN  
Phone: (56)(45) 2656 360  
Fundo Santa Elena  
General López  
Vilcún, CHILE

[www.vilkun.com](http://www.vilkun.com)  
A San José Farms Company  
[www.sanjosefarms.com](http://www.sanjosefarms.com)



Javier Plaza

## SOLD OUT FOR PRUNES – SUCCESSFUL WITH WALNUTS

**“Due to the small crop volume this year was difficult for prunes as we were not able to fulfill the demands of our customers. The quality of the fruits was excellent, but as I said before, the volumes were not sufficient. We started with a stock of 5,000 t for the entire industry and at the end of the year we had zero. We are sold out”, says Javier Plaza, General Manager of Frutexsa. The main reason for the small crop was hail in the major production areas. “Whenever we have a promising crop, the risk of hail is high. Hailstorms damage the blossom and the fruit set”.**

The production tendency is rather weak. In the past two years no new plantings have been implemented. In the Rancagua area a few new plantations can be found but they replaced old ones. “If you look at the forecast for the next years, we target a volume of 90,000 t of dried raw material, which we normally achieve in a standard crop year. While it is possible that we produce 100,000 t once in a while, the top limit is normally 90,000 t.” The Frutexsa General Manager explains that prices have increased by 50%. It is the first time for him to experience such a crop failure. “How can you do business with a product that

## TODAS LAS CIRUELAS SECAS VENDIDAS, EXITOSO EN NUECES

**“Este año ha sido difícil para las ciruelas secas, a raíz de la reducida cosecha ha sido muy complicado responder a la demanda de nuestros clientes. La calidad de los frutos ha sido excelente, pero como he dicho, el volumen ha sido insuficiente. Comenzamos con un stock de 5.000 ton para todo el sector, y al final de este año estaremos en cero. Todo vendido”, dice Javier Plaza, Gerente General de Frutexsa. El principal motivo del menor volumen han sido las heladas en las principales zonas productoras. “Siempre cuando estamos ante una cosecha prometedora, el riesgo de helada es grande”.**

La tendencia hacia este cultivo no es muy grande. En los últimos años no se han llevado a cabo nuevas plantaciones. En la zona de Rancagua hay algunas (plantaciones) nuevas, pero que sustituyen a otras viejas. “Si hacemos una proyección para los próximos años, aspiramos a alcanzar entre unas 85.000 y 90.000 ton de materia prima seca como cosecha normal. Podría ser que en algún momento lleguemos a las 100.000 ton, pero la barrera se sitúa en 90.000 ton”. Los precios, según informa el gerente general de Frutexsa, han aumentado un 50%. Ésta es la primera vez que él



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

does not exist"! He believes that this high price level will continue for another two years and then drop again, provided that the crop volumes go back to normal.

"Our key market is Russia. I believe that it is absolutely necessary to get to know the people there and to build up a trustful relationship. We have managed to do this and now it is business as usual. By the way, Frutexsa has quite a big share in the Russian market."

The company also supplies to Spain, the UK and the Middle East, mainly to Egypt and Algeria, which are major sales markets for prunes and walnuts.

But the season ends with the beginning of the fasting month of Ramadan. "The small harvest has affected us especially as we have just installed new equipment – new "Ashlock" pitting machines and sorting machines for prunes – which we can't use right now".

Javier Plaza has good news to share

from the walnut sector. The growing area has been doubled to 200 ha and a new processing line has been installed at their Buin plant, worth USD 5 m. The facility also includes machines for mechanical cracking of nuts. According to Plaza these are the best machines offered in the US. The forecast for the Chilean harvest is 100,000 t. "These volumes cannot be processed by hand. Our machines are designed to produce "virtually hand-cracked" nuts." The complete line consists of machines made in the US and Turkey, the latter are used for fine grading of nut kernels.

The Frutexsa General Manager gives a positive assessment of the year 2013. "For prunes we have a minus, the raisin sector has virtually remained stable while walnut exports have increased. All in all our financial results will be similar as last year."



sufre una merma de este tipo en este sector. "¿Cómo se puede negociar algo que no hay?" En su opinión, este alto nivel de precios se mantendrá dos años más y entonces descenderá, eso suponiendo que de nuevo se pueda cosechar con normalidad.

"Nuestro principal mercado es Rusia. Yo creo que es imprescindible conocer a la gente de allí y establecer una relación de confianza. Este es ahora nuestro caso, y el comercio funciona con normalidad. Frutexsa

cuenta allí con una importante cuota de mercado".

A su vez la empresa vende a España, Reino Unido, y otros más de 40 países en todo el mundo. Medio Oriente también es una importante zona demandante de ciruelas secas y nueces, sobre todo Egipto y Argelia. Pero la campaña finaliza con el inicio del Ramadán.

Las buenas noticias de las que nos informa Javier Plaza llegan desde el sector de las nueces. La superficie cultivada se ha doblado a 200 hectáreas y se ha puesto en marcha una nueva planta de secado en Graneros; además, de una moderna partidora automática en Buin, en la

que se ha invertido unos 5 millones de dólares. Plaza comenta que son las mejores que se ofrecen en los Estados Unidos. La cosecha en Chile será de unas 100.000 ton. "Este volumen no se puede partir de forma manual. Nuestras máquinas están preparadas para ello, para ofrecer nueces "prácticamente" partidas a mano". La línea completa se compone de máquinas que proceden de los Estados Unidos y de Turquía, éstas últimas para una clasificación minuciosa de las nueces.

Para el año 2013, el gerente general de Frutexsa ve un desarrollo positivo. "La ciruelas secas han descendido, el sector de las pasas se ha mantenido prácticamente igual, mientras que las nueces para exportación han aumentado. En total, desde el punto de vista económico, tendremos unos resultados similares al año pasado.

THE LARGEST EXPORTER OF DRIED FRUITS AND  
NUTS FROM CHILE TO THE WORLD

**26 Years**  
of experience  
delivering quality

**F**

**Frutexsa.**  
PREMIUM CHILEAN FRUIT

Luis Pasteur 5280, Suite 403. Vitacura, Santiago CHILE / Phone: +56 2 829 6000 / frutexsa@frutexsa.cl / www.frutexsa.cl



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

**GVF** Alimentos  
ALIMENTOS - CHOCOLATE Y ADICIONES

Callejon Chufuentes s/n- San Felipe - CHILE Fono : (56)-34-2345130 email: jelaso@gvfallimentos.cl





Luis Díaz

## NEW MACHINES FOR RAISINS AND WALNUTS

While Managing Partner Juan Eduardo Laso is leaving his small office in San Felipe to visit clients in Peru, the other partner of GVF Alimentos, Luis Díaz, is talking about the new raisin sorting machine which has just been delivered and installed. It is currently being adapted to the conditions in Chile. Díaz is very satisfied with the business year 2013.

And there is also a new development: GVF will enter the walnut business. The company has already purchased a sorting machine from Bigtem, Istanbul, which will be installed in August 2013 in their new facility and is soon to be put into operation. Díaz is convinced that Chilean walnut kernels are superior to their competitors' products because the oil content is higher which improves the taste. "We would prefer to have all walnuts cracked by hand, but we simply have not enough labour force here."

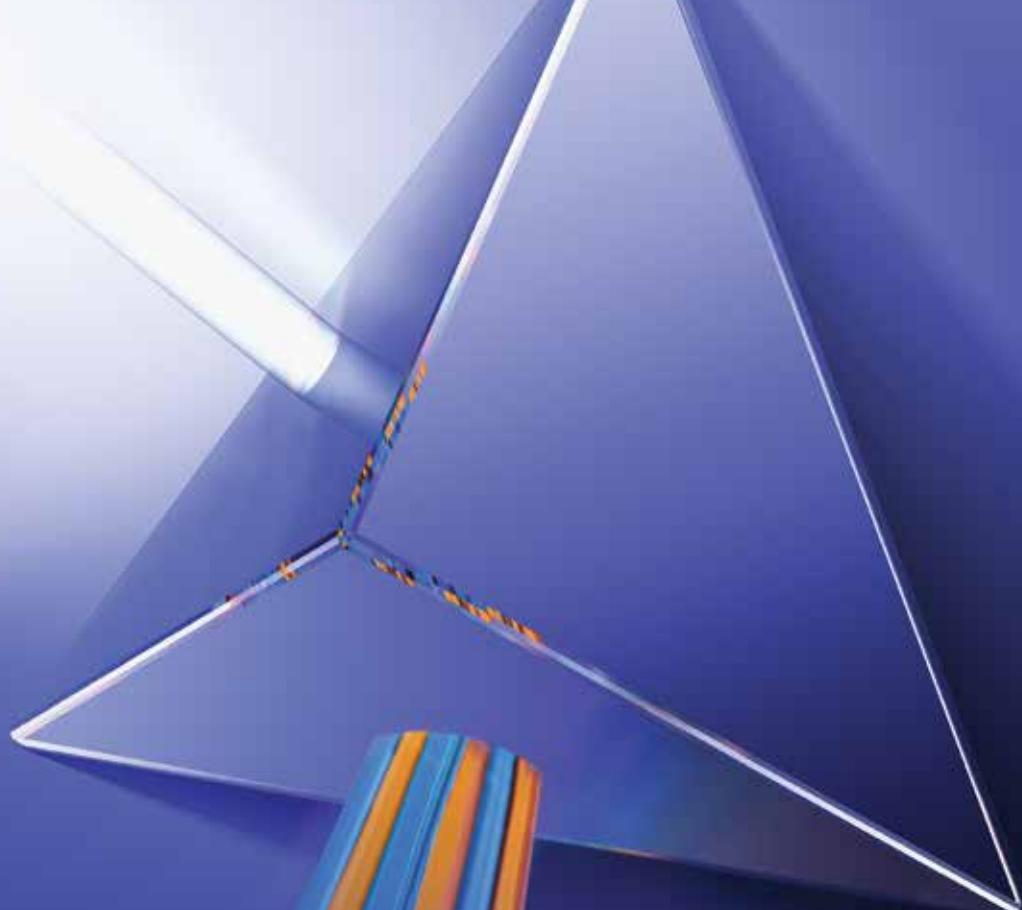
GVF Alimentos provides their customers with high-quality dried fruits and soon walnuts. The company specializes in the supply of "ready to use" products, mainly to the sweets industry and packers in Latin America, Europe, North America and Asia.

## NUEVAS MÁQUINAS PARA PASAS Y NUECES

El socio, Juan Eduardo Laso abandona la pequeña oficina en San Felipe y va de camino a visitar a sus clientes en Perú. Luis Díaz, el otro socio de GVF Alimentos, nos informa sobre su nueva línea de proceso para pasas, recién llegada y montada. En estos momentos se está adaptando a las condiciones de Chile. Díaz está muy satisfecho con el desarrollo del negocio 2013.

En relación al nuevo desarrollo: GVF entrará en el negocio de las nueces y ya ha comprado en Bigtem, Estambul una nueva línea de proceso. Ésta se montará en agosto de 2013 en el nuevo edificio de la empresa y pronto entrará en funcionamiento. Díaz está convencido, las nueces chilenas son mejores que los productos de la competencia, pues el contenido en aceite es más alto y también tienen mejor sabor. "Nos gustaría partir todas nuestras nueces a mano, pero para ello aquí no hay suficiente mano de obra."

GVF Alimentos provee a los clientes con frutos secos de primera calidad y próximamente también nueces. La especialidad de la empresa es el suministro de los productos „ready to use“. La empresa realiza envíos a la industria de dulces y envasadores en Latinoamérica, Europa, Norteamérica y Asia.



# TOTALVision

Two digital sorting experts. A single purpose.

Key Technology and Visys are now one company providing the world's highest-performing suite of food sorting capabilities. For fresh or frozen, potatoes to nuts, you will profit from our shared vision on quality, yield and safety – reflecting one united supplier.

Learn more about what's in sight for you at  
[www.key.net](http://www.key.net) and [www.visysglobal.com](http://www.visysglobal.com)



Sorting Excellence. Conveying Efficiency. Processing Knowledge.



## THE CLIPPER CHILE SPECIAL

### THE TREND TOWARD “RATIONAL” SNACKS

by Carlos Correa,  
General Manager, Invertec, Santiago

**Today you often hear that consumers are not very interested in the fat and salt content of snacks but only want to have “fun”. But this is only one side of the medal. This attitude can be observed when people are very hungry – for example on their way back home from work – or if they consume snacks on impulse. This is not rational. If you are hungry, you don’t care if the food is healthy or not.**

The other side of the medal is the intended – let’s call it the rational snack. Consumers try to avoid snacks triggered by hunger. And therefore healthy snacks are becoming more and more important, whether they are consumed at work or in the car or wherever you are hungry. I am talking about Chile now. From November 2011 to November 2012 the snack market grew to USD440 m, which is 50% more than in the previous period. These figures are collected by Euromonitor”, says Carlos Correa, General Manager of Invertec, Santiago.

“The nice thing about this development is that this growth mainly applies to “healthy snacking”, that is cereal bars and fresh fruits. The only product we have had in this category were apple rings. Now we also produce apple chips in various forms for different brands. Our research and development department is busy developing other packaged fruits”. This year Invertec started to export apple juice concentrate and puree on regional markets such as Colombia, Peru and Mexico. So far the goods have been sold under a private label, but now the company has begun to use their own brand Invertec for big customers. In the second year, the business with small units such as retail packs represents 10% of the company’s total sales.



### LA TENDENCIA HACIA EL SNACK “RACIONAL”

de Carlos Correa,  
Gerente General, Invertec, Santiago

**“Hoy en día se oye muchas veces que los consumidores, en lo que a snacks se refiere, ya no se fijan tanto en los contenidos en grasas y sal, sino que solo tienen en la cabeza “disfrutar”. Pero esto solo es una parte de la historia. Este enfoque se puede confirmar, si las personas – por ejemplo cuando vuelven del trabajo - tienen hambre y por impulso se comen un snack. Esto no es racional. Si están hambrientos olvidan rápidamente si el alimento es sano o no.**

La otra parte de la historia es cuando se planifica, es decir, el snack racional. Los consumidores intentan evitar el snack conducido por el impulso del hambre. Y así cada vez adquieren mayor importancia los snacks saludables en el puesto de trabajo, en el coche, o en cualquier otro lugar donde aparezca el hambre. Hablando ahora en el caso de Chile “el mercado de snack creció de noviembre 2011 a noviembre 2012 a US\$ 440 millones, esto es un 50% más que el periodo anterior. Esto son cifras del Euromonitor” dice Carlos Correa, Gerente General de Invertec, Santiago.

“Lo bueno de este desarrollo es que este crecimiento se ha dado en su mayor parte en los ‘healthy snacking’, es decir barritas de muesli y frutas frescas. El único producto en esta categoría que antes nosotros teníamos eran los anillos de manzana. Ahora también tenemos chips de manzana en diferentes formatos de diversas marcas. Nuestro departamento de investigación y desarrollo está trabajando con otras frutas envasadas”. Invertec ha comenzado este año con las exportaciones de zumo concentrado de manzana y puré a los mercados regionales como Colombia, Perú y México. Hasta la fecha los productos se han comercializado bajo una marca comercial, ahora la empresa ha comenzado a utilizar también la propia marca Invertec para grandes consumidores. El negocio en pequeños formatos, como son los packs para el comercio minorista, abarcan ya, en su segundo año, un 10% de la facturación en Invertec.

Las variedades de manzanas que utilizamos son en su mayoría las mismas que para la venta en fresco;



The apple varieties used by Invertec are mainly the same as for the fresh fruit business; for processed apples the key variety is Granny Smith, though, a type that is no longer very popular as a fresh apple on the markets, as well as Fuji and Gala. "I know that some markets very much appreciate the sour taste of Grannies in apple chips."

To prevent the cut apples from turning brown, SO<sub>2</sub> was used in the past, today citric acid. Carlos Correa says that more and more buyers are asking for untreated apples, but the industry is still working on a process that guarantees a long shelf life and at the same time preserves the colour of the pulp.

Pesticide residues are no problem because "our producers are also active in fresh fruit export", says Correa. In the past years prices have risen like in other sectors of the dried fruit industry. In 2012 and 2013 prices remained relatively stable. "But if prices for apple juice concentrate are soaring again, as happened two years ago, we will see price increases of up to 40% for our raw material."

para manzanas transformadas el punto fuerte está en la Granny Smith, una variedad que ya no es tan popular como antes en el mercado en fresco, además la Fuji y Gala. „Sabemos que, por ejemplo en chips de manzanas, en algunos mercados gusta mucho el sabor acido de la Granny". Para evitar la oxidación de la manzana cortada se utilizaba antes SO<sub>2</sub>, hoy en día ácido cítrico. Carlos Correa comenta que cada vez más compradores preguntan por una manzana sin tratar, pero seguimos trabajando en un proceso que garantice el aguante y al mismo tiempo no modifique el color de la fruta.

En cuanto a residuos de productos fitosanitarios no son ningún problema, pues "nuestros productores también exportan en fresco" dice Correa. Al igual que ha sucedido en otros sectores del mercado de frutos secos los precios han subido los últimos años. Aunque en 2012 y 2013 se mantuvieron estables. "Sin embargo si sucede como hace dos años, cuando los precios para el zumo concentrado de manzana se dispararon, repercutirá también en el incremento del precio de nuestra materia prima hasta en un 40%."

**INVERTEC**  
FOODS

Try our wide range of fruit and vegetable products

Juice Concentrates, Purees, Dehydrates & Frozen

Try us!

+56 2 580 5300 | [invertec@sales.cl](mailto:invertec@sales.cl) | [www.invertecfoods.com](http://www.invertecfoods.com) | Product from Chile

## PUBLISHERS

AgroPress Inc., Südquaistr. 14  
 4057 Basel, Switzerland  
 Phone (+4161) 386-9090 · Fax (+4161) 386-9099  
 e-mail: adve@agopress.com

## DIRECTOR

Gerhard H. Breuer, e-mail: ghb@agopress.com

## EDITOR

Christiane Breuer, e-mail: edit@agopress.com

## OFFICE

e-Mail: adve@agopress.com

## PRINTERS

Koessinger AG, Schierling, Germany

## AGROPRESS REPRESENTATIVE

### Argentina / Chile

Isabel Morgan, J.B. de Lasalle 1699/1721  
 1643 Beccar, Partido de San Isidro  
 Provincia de Buenos Aires  
 E-Mail: isamorgan26@gmail.com

## TABLE OF CONTENTS

Production and trade of dried fruits and nuts strictly market-oriented	1
A coordination body for the food safety organization in Chile	6
A network of free trade agreements allows for easy market access	10
Hazelnut fields in Cumpeo: Greetings from "Condorito" and from Alba	15
Chilean quality will meet global standards	18
A new company image	22
Wild rose hips from Bio-Bio	24
Chile is a reliable source of dried fruits and nuts	26
China and Taiwan are the new markets	30
Natural processes are trendy	31
Sold out for prunes – successful with walnuts	33
New machines for raisins and walnuts	36
The trend toward "rational" snacks	38
Impressum	40
Table of Contents	40
Index to Advertisers	40

## INDEX TO ADVERTISERS

Anakena	29
Ashlock	5
Cade Grayson	9
Chilealimentos	Cover 2/3
Empresas Carozzi	Cover 4
Frutexsa	34
GVF Alimentos	34

Invertec Foods	39
Key Solutions	37
Maipofoods	19
Profusec	29
San Esteban Foods	23
Tomra-Best	13
Vilkun	32
Vicam	3

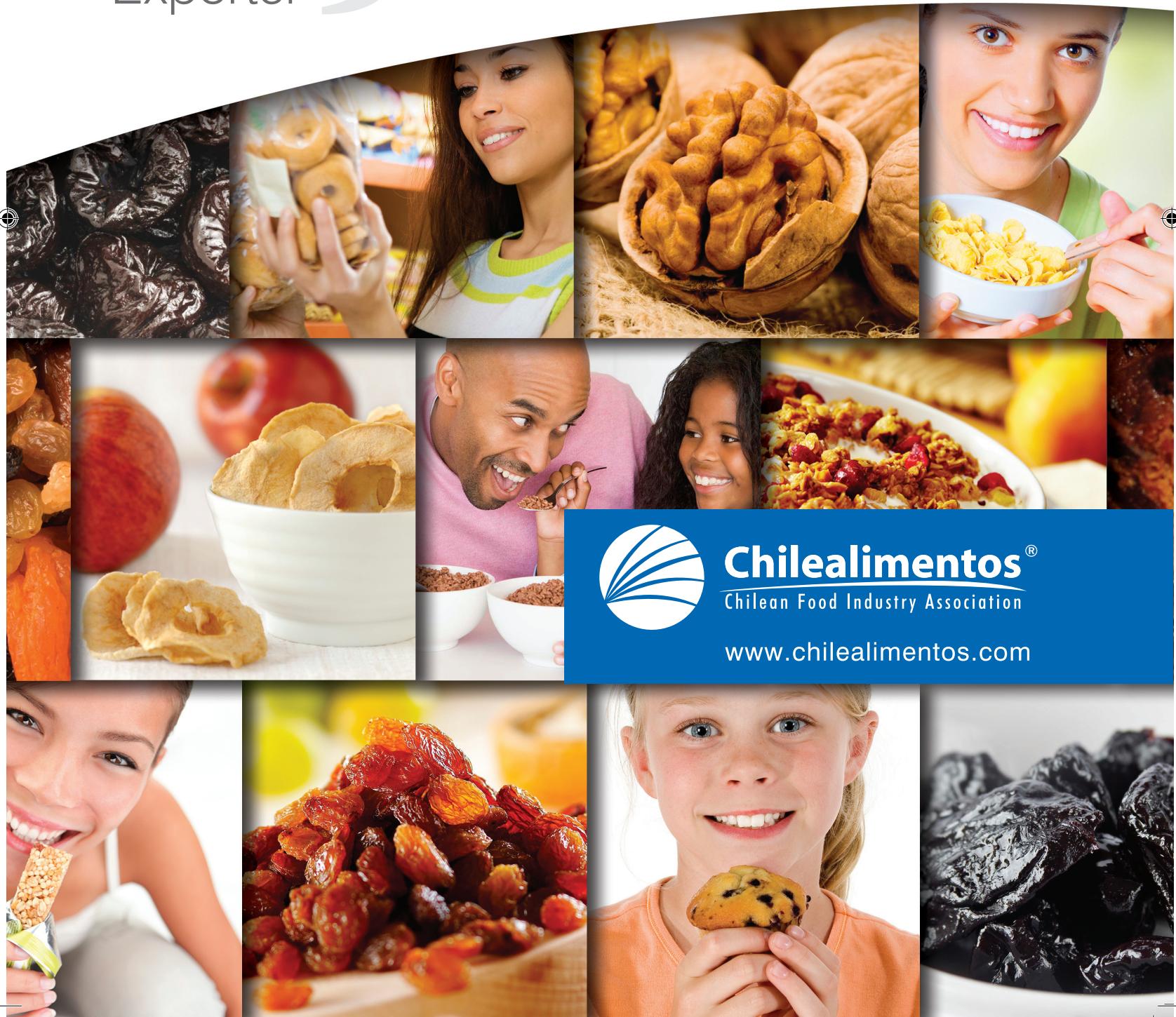


# Need Some Reasons?

Chile

World  
Leading  
Exporter

- 1st in Dried Apples  
2nd in Prunes  
3rd in Walnuts  
3rd in Raisins  
3rd in Hazelnuts



**Chilealimentos®**  
Chilean Food Industry Association

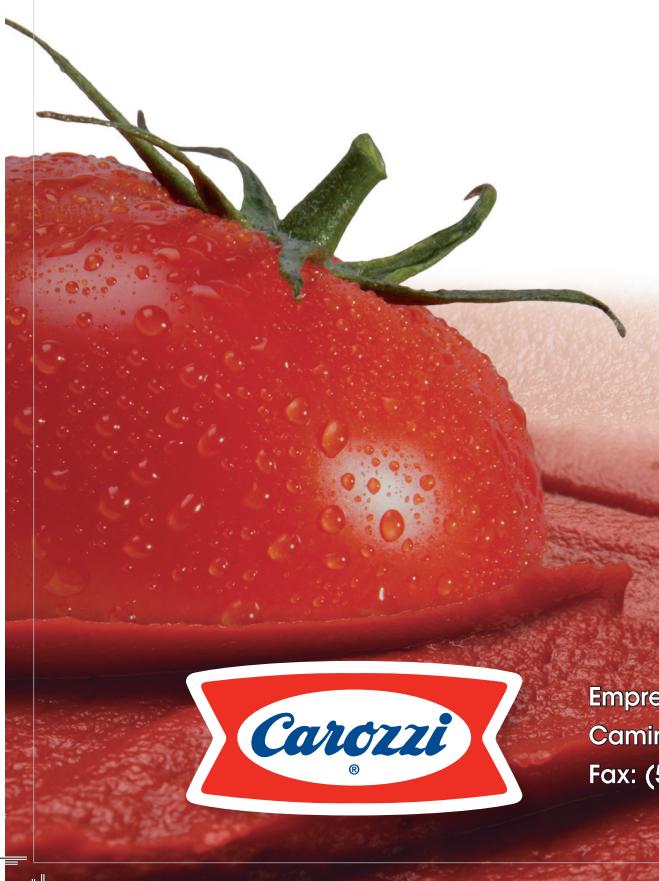
[www.chilealimentos.com](http://www.chilealimentos.com)



## Fruit & Vegetables Purees



## Tomato Products



Empresas Carozzi  
Camino Longitudinal Sur 5201, Nos, Santiago • Chile • Tel.: (56-2) 2377 6500  
Fax: (56-2) 2377 6505 • E-mail: [info@agrozzi.cl](mailto:info@agrozzi.cl) • Website: [www.carozzi.cl](http://www.carozzi.cl)



## Juice Concentrates

